EL MUNDO DEL CINE Y DE SU INDUSTRIA

BOXOFFICE

AÑO V - N. 10 - OCTUBRE 2026

WWW.BOX-OFFICE.ES

ENTREVISTA
Jaime Tarrazón, primer presidente español de UNIC

FOCUS
La crisis de las películas de clase media

FINANCIACIÓN
4 millones de euros para la distribución

EVENTOS
MIA en Roma: nuevos mercados y estrategias

Jaime Gerbolés

Álvaro Postigo

Ramon Biarnés

Isabel Castillo

Juan Miguel de Chiclana

LOS EXHIBIDORES TOMAN LA PALABRA

ANTE UN 2026 MARCADO POR LA RECUPERACIÓN Y LOS MEJORES DATOS DE TAQUILLA EN SIETE AÑOS, HABLAMOS CON LOS MÁXIMOS RESPONSABLES DE ODEON CINEMAS GROUP, CINESA, RAMON BIARNÉS; KINEPOLIS, ISABEL CASTILLO; CINE YELMO, JAIME GERBOLÉS; ARTESIETE, JUAN MIGUEL DE CHICLANA Y MK2 ESPAÑA, ÁLVARO POSTIGO. EL PÚBLICO HA VUELTO, EL RETO ES QUE VUELVA MÁS

DUESSE COMMUNICATION - AÑO V - N. 10 - OCTUBRE 2026



DE LOS PRODUCTORES NOMINADOS AL OSCAR® POR
SUEÑOS DE TRENES Y ÉRASE UNA VEZ EN... HOLLYWOOD

Los RIVALES de AMZIAH KING

UNA PELÍCULA DE ANDREW PATTERSON

13 DE NOVIEMBRE EN CINES

@amziahkingfilm

BLACK BEAR YODA

www.losrivalesdeamziahking.es

LA CERTEZA DE LOS RECURSOS VALE TANTO COMO LOS RECURSOS

La controversia sobre los más de 3,5 millones de euros en ayudas a las salas de cine que, según FECE, no llegarán en 2026 a 280 cines de seis comunidades autónomas plantea una cuestión que va más allá del caso concreto. El problema no se refiere únicamente a cuántos fondos públicos se destinan a la exhibición, sino a hasta qué punto estos son realmente previsibles y fiables en el momento en que una empresa debe planificar su actividad.

El caso es complejo. Las comunidades implicadas habían publicado en 2025 las convocatorias financiadas con recursos estatales, aplazando su resolución hasta 2026. Posteriormente, la Intervención estableció que también la concesión debía concluir antes de finales de 2025. El Ministerio de Cultura sostiene haber cuestionado esta interpretación, sin éxito. Sin embargo, el resultado no cambia para los exhibidores: unos recursos con los que se consideraba que se podía contar corren ahora el riesgo de no llegar. Un cine es una empresa y, como cualquier empresa, necesita planificar. Las inversiones tecnológicas, las intervenciones en las instalaciones, las iniciativas dirigidas al público y los nuevos proyectos no pueden depender de recursos cuyo importe efectivo solo se conoce con certeza a posteriori. Por ello, sería deseable superar una lógica anual y construir un marco de ayudas a la exhibición de al menos tres años. No necesariamente con mayores dotaciones, sino con recursos definidos, plazos conocidos y criterios estables. Saber hoy con qué instrumentos se podrá contar en 2027, 2028 y 2029 permitiría a las empresas decidir qué inversiones afrontar y en qué plazos. En este sentido, la certeza puede ser incluso más importante que la cantidad. Para una empresa es preferible poder planificar sobre la base de un apoyo más limitado pero garantizado, en lugar de construir un proyecto contando con una cantidad superior para después descubrir, cuando las decisiones ya se han tomado o los gastos ya se han realizado, que una parte de esos recursos no estará disponible. La estabilidad de las reglas, de los plazos y de los recursos es un elemento fundamental para la exhibición cinematográfica.

por **Paolo Sinopoli**

SUMARIO



7 EN PORTADA

LOS EXHIBIDORES TOMAN LA PALABRA

Con un crecimiento del 36% de la recaudación durante los ocho primeros meses de 2026, los cines españoles han recuperado al público. Los máximos responsables en España de Odeon Cinemas Group, Cinesa (Ramon Biarnés), Kinépolis (Isabel Castillo), Artesiete (Juan Miguel de Chiclana), Cine Yelmo (Jaime Gerbolés) y MK2 España (Álvaro Postigo) celebran un año de éxitos pero ninguno, aunque con diferentes matices, lanza las campanas al vuelo. La polarización de la taquilla, la "eventización" del cine, la escasa frecuencia de asistencia y aumento de los costes y de las necesidades de inversión siguen exigiendo un impulso mayor y, sobre todo, más regularidad.

5
NEWS

18
FINANCIACIÓN
4 MILLONES PARA LA DISTRIBUCIÓN

22
FOCUS
LA CRISIS DE LA CLASE MEDIA

26
ENTREVISTA
A JAIME TARRAZÓN
«EL PÚBLICO NUNCA ABANDONÓ LOS CINES: LO QUE FALTABAN ERAN PELÍCULAS»

30
TAQUILLA
EL MEJOR VERANO DESDE 2019

36
ANÁLISIS
TAQUILLA NORTEAMERICANA DEL VERANO: UN PANORAMA POLARIZADO

40
INICIATIVAS
CINE ESCUELA TOMA FORMA

46
EVENTOS
MIA, ENCRUCIJADA DEL AUDIOVISUAL GLOBAL

50
MERCADO
CINE ESPAÑOL EN LATAM: UNA PRESENCIA ESCASA

54
FOCUS PAÍS
ARGENTINA: UNA RECUPERACIÓN ESTANCADA



30



EL MUNDO DEL CINE Y DE SU INDUSTRIA

BOXOFFICE

AÑO V – N° 10
OCTUBRE 2026

Director Vito Sinopoli

Responsable de redacción Paolo Sinopoli (psinopoli@e-duesse.es)
En sala de redacción Valentina Torlaschi
Han colaborado: Juan Sardá Frouchtmann, Elisa Grando, Monica Ciceri, Guillermo Galindo, Pelayo Sánchez, Lino Pulido

Maquetación y fotolitos Emmegi Group Milano
Coordinación grafica a cargo de Alda Pedrazzini

Tráfico Elisabetta Pifferi (elisabetta.pifferi@e-duesse.es)

Impresión JOMAGAR
C/ Moraleja de Enmedio, 16. Pol. Ind. N°1.28938 Móstoles, Madrid

Distribución ZIERTA DIGITAL S.L.
Los Frailes, 132 Naves E,F,G.
Daganzo (28814), Madrid

Depósito Legal: M-25651-2022
ISSN 2952-1025

Todos los derechos reservados.
Ninguna parte de la revista puede ser reproducida en cualquier forma o reelaborada con el uso de sistemas electrónicos, o reproducida, o difundida, sin el permiso por escrito del editor. Los manuscritos y fotografías, aunque no estén publicados, no serán devueltos. La redacción se ha ocupado de obtener los derechos de autor de las imágenes publicadas. En caso de no haber sido posible, el editor queda a disposición de los titulares para responder a eventuales solicitudes.

DUESSE COMMUNICATION ESPAÑA SL
C/ Fernando el Católico, 17 Bajo Oficina B
28015 Madrid

Este numéro de *Box Office*
se terminó de imprimir el 28 de Septiembre 2026

Esta revista fue impresa en papel certificado PEFC (PEFC/14-38-00073)

BOX OFFICE ESPAÑA

BOX OFFICE ESPANA DESCARGA NUESTRA APLICACIÓN

PUEDES HOJEAR BOX OFFICE EN TU TELÉFONO MÓVIL O TABLET CON IOS O ANDROID. ACCEDE A LA TIENDA DE TU DISPOSITIVO Y DESCAR GA LA APP DE FORMA GRATUITA: ESTAR ÁS INFORMADO DONDE Y CUANDO QUIERAS. HAY MUCHAS FORMAS DE LEER BOX OFFICE.
ELIGE LA MEJOR PARA TI



LEA LAS ÚLTIMAS NOTICIAS SOBRE **BOX-OFFICE.ES**

LA BOLA NEGRA, RUMBO AL OSCAR

La Academia de Cine ha elegido *La bola negra*, de Javier Ambrossi y Javier Calvo, para representar a España en la carrera por el Oscar a mejor película internacional. El anuncio corrió a cargo de Alejandro Amenábar. Segundo largometraje de Los Javis, el filme compitió en la Sección Oficial de Cannes, donde sus directores fueron premiados. Está protagonizado por Guitarricadelafuente, Miguel Bernardeau, Carlos González, Milo Quifes y Lola Dueñas, con Penélope Cruz y Glenn Close. La *shortlist* se conocerá el 15 de diciembre y las cinco nominadas, el 21 de enero.





MARIELA BESUIEVSKY PRESIDIRÁ AECINE

Mariela Besuievsky, de Tornasol Media, ha sido nombrada presidenta de la Asociación Estatal de Cine (AECINE). Sustituye a María Luisa Gutiérrez, de Bowfinger International Pictures, tras seis años al frente de la entidad. Cristina Zumárraga, de Tandem Films, ocupará la vicepresidencia y Fernando Riera, de A Contracorriente Films, será el tesorero. Con cerca de 60 asociados, AECINE representa a las productoras independientes españolas y ejerce como interlocutora ante las instituciones para defender sus intereses y fortalecer a la industria.



RODRIGO ESPINEL DIRIGIRÁ FRAME

Rodrigo Espinel se incorpora al Festival de Cine Europeo de Sevilla como responsable de FRAME, su área de Industria. El productor inicia esta etapa tras finalizar su vinculación con Morena Films. FRAME reúne a creadores y profesionales mediante talleres, mesas redondas y encuentros. Espinel lo compaginará con el lanzamiento de una productora de ficción y documental.

CRISTINA MENA SE INCORPORA A TRIODOS BANK

Triodos Bank ha nombrado a Cristina Mena nueva experta sectorial de Media&Film en España para reforzar su apoyo financiero a la industria audiovisual. Mena cuenta con 18 años de experiencia en comunicación, estrategia digital y transformación tecnológica. Al cierre de 2025, el banco mantenía 143 millones de euros de financiación activa en 670 proyectos culturales en España.



NETFLIX HARÁ PÚBLICA SU TAQUILLA

Netflix publicará por primera vez los datos de taquilla de seis de sus próximos estrenos, entre ellos *La bola negra*, *Las crónicas de Narnia* y *The Further Mis-Adventures of Cliff Booth*. La plataforma también ampliará la permanencia en salas de algunas películas: el filme de Los Javis tendrá una ventana de 46 días antes de llegar al streaming.

© Getty (2), courtesy of Festival de Sevilla (1), Elastica Films (1)

MIA

miamarket.it

MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO

2026 | ROMA
OCTOBER 19▸23

Register now!

LA PALABRA A LOS EXHIBIDORES: EL PÚBLICO HA VUELTO, EL RETO ES QUE VUELVA MÁS

CON UN CRECIMIENTO DEL 36% DE LA RECAUDACIÓN DURANTE LOS OCHO PRIMEROS MESES DE 2026, LOS CINES ESPAÑOLES HAN RECUPERADO AL PÚBLICO. LOS MÁXIMOS RESPONSABLES EN ESPAÑA DE ODEON CINEMAS GROUP, CINESA (**RAMON BIARNÉS**), KINÉPOLIS (**ISABEL CASTILLO**), ARTESIETE (**JUAN MIGUEL DE CHICLANA**), CINE YELMO (**JAIME GERBOLÉS**) Y MK2 ESPAÑA (**ÁLVARO POSTIGO**) CELEBRAN UN AÑO DE ÉXITOS PERO NINGUNO, AUNQUE, CON DIFERENTES MATICES, LANZA LAS CAMPANAS AL VUELO. LA POLARIZACIÓN DE LA TAQUILLA, LA "EVENTIZACIÓN" DEL CINE, LA ESCASA FRECUENCIA DE ASISTENCIA Y AUMENTO DE LOS COSTES Y DE LAS NECESIDADES DE INVERSIÓN SIGUEN EXIGIENDO UN IMPULSO MAYOR Y, SOBRE TODO, MÁS REGULARIDAD. LA PREVISTA NUEVA LEY DEL CINE NO SATISFACE LAS DEMANDAS DEL SECTOR QUE RECLAMA CON URGENCIA LA REGULACIÓN DE LA VENTANA Y LA SUPRESIÓN DE LA CUOTA PARA CINE EUROPEO

Jaime Gerbolés

Álvaro Postigo

Ramon Biarnés

Isabel Castillo

Juan Miguel de Chiclana

por **Juan Sardà Frouchtmann**

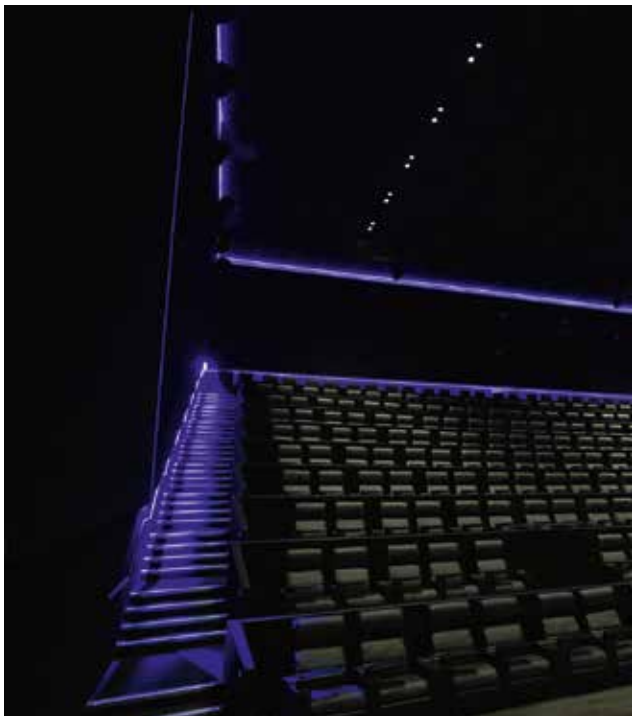
© Shutterstock (1), courtesy of Isabel Castillo/Kinépolis (3), Juan Miguel de Chiclana/Artesiete (3), Jaime Gerbolés/Cine Yelmo (3), Álvaro Postigo/MK2 (2)

NB: Las entrevistas se presentan en orden alfabético según el apellido de los participantes en el reportaje



LOS GRANDES ESTRENOS MEJORAN EL ECOSISTEMA DEL CINE

RAMON BIARNÉS
MANAGING DIRECTOR SUR DE EUROPA Y GROUP CHIEF RETAIL OFFICER DE ***ODEON CINEMAS GROUP****, SEÑALA QUE LOS BLOCKBUSTERS AYUDAN A REFORZAR EL HÁBITO DE VISITAR LAS SALAS PARA TODO TIPO DE PELÍCULAS, INCLUIDO EL CINE ESPAÑOL*





Tiene Cinesa más de 30 complejos de exhibición cinematográfica repartidos por toda España, sumando más de 400 salas equipadas con los últimos avances en tecnología y confort. Tras años de fuertes inversiones, Ramon Biarnés destaca la variedad de oferta más allá de los *blockbusters* y se muestra firme partidario de regular la ventana por ley.

Tras un arranque de año muy positivo, el verano ha confirmado la recuperación de la taquilla. ¿Puede darse ya por superada la crisis pospandemia o todavía se impone cierta prudencia?

La gente lleva ya tiempo demostrando hambre de cine. Según nuestro II Estudio Cinesa sobre Hábitos de Consumo Cinematográfico en España, 6 de cada 10 españoles afirma que le gusta mucho ir al cine, y asciende al 72% entre la población de entre 18 y 34 años. Por lo tanto, acudir a las salas es un gusto cultural que, al margen de los contextos difíciles, se mantiene relevante en la sociedad, dejando atrás el impacto de la pandemia.

El gran éxito de títulos como *Spider-Man*, *Toy Story 5*, *Torrente, presidente*, *Michael* o *La Odisea* ha tenido un peso decisivo. Pero, más allá de estos fenómenos, ¿detectan un cambio en los hábitos del público? ¿Ha vuelto el cine a incorporarse de manera habitual a sus opciones de ocio?

Se ha instalado la concepción del cine como una opción de ocio predilecta. Al final, disfrutar de una buena historia en una sala de cine, ya sea solo o en compañía, es un plan accesible, fácil de







organizar, ameno y estimulante a nivel cultural. La ventaja de las películas es que hay géneros para todos los gustos y cualquiera pueda encontrar un título que despierte su interés. Detectamos que el espectador es cada vez más consciente de que la experiencia en las salas hace las películas mucho más grandes en más de un sentido, y es justo ahí donde entramos nosotros.

En un mercado cada vez más polarizado, existe el riesgo de que la taquilla vuelva a caer cuando faltan grandes *blockbuster*. ¿Están hoy los cines mejor preparados para afrontar esos periodos valle? ¿Consideran esta polarización una debilidad estructural del mercado?

Los grandes estrenos que arrasan en taquilla de los últimos años juegan un papel importante pero no explican la totalidad del interés por el cine. Además, también ayudan a reforzar un hábito de visitar las salas para otro tipo de películas. Ello no supone una dependencia excesiva del *blockbuster*; simplemente se crea un ecosistema en el que películas de distintos géneros se retroalimentan a nivel de asistencia. Por lo tanto, estos periodos valle ya no son como tal.

El último tramo del año suele ser especialmente fuerte para el cine español, con estrenos de prestigio y títulos orientados a la temporada de premios. ¿Qué previsiones manejan ante los estrenos nacionales previstos para esta época? ¿Puede el cine español desempeñar un papel relevante en la taquilla de los próximos meses?

En Cinesa siempre agradecemos la presencia de películas españolas en nuestra oferta, a las cuales impulsamos a través del programa 'Es nuestro cine', ofreciendo soporte y visibilidad a producciones en español, catalán, gallego y euskera. Por lo tanto, el cine español siempre es relevante en nuestra oferta, y esperamos que los títulos que se estrenan en lo que queda de año tengan una buena acogida.

El proyecto de Ley del Cine no establece una ventana mínima de exhibición y mantiene la obligatoriedad de la cuota de pantalla, aunque la reduce del 25%al 20%. ¿Consideran que el texto desatiende las principales reclamaciones del sector de la exhibición? ¿Qué cambios estiman imprescindibles?

En materia legislativa, la situación de la exhibición cinematográfica es compleja y requiere de un esfuerzo por alcanzar consensos en beneficio de todas las partes implicadas, incluyendo el gran público. En Cinesa siempre vamos a estar al servicio de la cultura y del espectador. Consideramos que la ventana de exhibición es una pieza fundamental para ordenar la explotación de las películas y proteger el papel de las salas. Respecto a la obligatoriedad de la cuota de pantalla, creemos más en los incentivos para fomentar la programación y la asistencia de público al cine europeo y español, como en otros países.

Las ayudas del ICAA a la exhibición se canalizan ahora a través de las comunidades autónomas. Mientras algunas, como Madrid, han articulado su reparto mediante un convenio con FECE dotado con cerca de un millón de euros, otras no han llegado a ejecutar los fondos asignados. ¿Está funcionando adecuadamente este modelo o genera desigualdades territoriales? ¿Son suficientes los 8,5 millones de euros destinados al conjunto de España?

Las ayudas al sector siempre son bienvenidas y, en última instancia, repercuten en beneficio del espectador. Entendemos la importancia de que los fondos previstos lleguen efectivamente a las salas y que el sistema proporcione estabilidad y seguridad para el conjunto del sector.

¿De qué manera está afectando la inteligencia artificial a vuestro trabajo? ¿La utilizáis? ¿En qué ámbitos o procesos?

La innovación forma parte de nuestro ADN, y tenemos presente el papel que puede tener la IA. Estamos emprendiendo conversaciones sobre cómo podría utilizarse la IA para controlar necesidades energéticas a partir de datos como la venta de entradas, la climatología estacional y el rendimiento del edificio. BO

© Lupe de la Vallina/Duesse Media Network







UNA BUENA EXPERIENCIA ANIMA AL ESPECTADOR A REPETIR

ISABEL CASTILLO
*COUNTRY MANAGER DE **KINÉPOLIS**, DESTACA LA NECESIDAD DE RECUPERAR LA FRECUENCIA DE ASISTENCIA MEDIANTE UNA OFERTA ATRACTIVA Y CONTINUADA DURANTE TODO EL AÑO*

Con once complejos en España que suman más de 150 pantallas, la compañía belga apuesta por salas equipadas con tecnología avanzada y formatos de gran tamaño, como 4DX, con efectos inmersivos; IMAX, o ScreenX, con una pantalla panorámica de 270 grados. Al frente de la filial española desde agosto de 2023, Castillo reclama un flujo más continuo de estrenos atractivos a lo largo del año, subraya la importancia de recuperar el hábito de acudir al cine más allá de los grandes fenómenos de taquilla y alerta sobre las diferencias territoriales en la concesión de ayudas a la exhibición.

Tras un arranque de año muy positivo, el verano ha confirmado la recuperación de la taquilla. ¿Puede darse ya por superada la crisis pospandemia o todavía se impone cierta prudencia?

Este año hemos comprobado que, cuando hay buen contenido, el cine sigue siendo una de las opciones de ocio favoritas del público. Es una señal muy positiva que demuestra que existe una demanda real y que la experiencia cinematográfica conserva un enorme atractivo. Dicho esto, todavía debemos ser prudentes. La pandemia alteró determinados hábitos de consumo y recuperar plenamente la frecuencia de asistencia requiere tiempo. Por eso es muy importante que exista una continuidad de contenidos atractivos a lo largo del año que permita consolidar y recuperar ese hábito perdido.

El gran éxito de títulos como *Spider-Man*, *Toy Story 5*, *Torrente, presidente*, *Michael* o *La Odisea* ha tenido un peso decisivo. Pero, más allá de estos fenómenos, ¿detectan un cambio en los





hábitos del público? ¿Ha vuelto el cine a incorporarse de manera habitual a sus opciones de ocio?

Creo que el inicio de año ha sido determinante. Títulos como *Avatar*, *La asistenta* y, de manera muy destacada, *Torrente, presidente* contribuyeron a traer de nuevo a los cines a personas que llevaban mucho tiempo sin venir. Cuando la experiencia es buena, el espectador sale con ganas de repetir y, muchas veces, con una próxima película ya en mente. Eso es precisamente lo que hemos visto este año. Después llegaron títulos como *Super Mario*, *Kill Bill*, *Michael*, *El diablo viste de Prada*, *The Mandalorian* o *Backrooms*, en una sucesión de películas capaces de mantener el interés del público. Más que un cambio radical en los hábitos, estamos viendo cómo el público recupera el cine como una opción habitual de ocio cuando encuentra una oferta suficientemente atractiva.

En un mercado cada vez más polarizado, existe el riesgo de que la taquilla vuelva a caer cuando faltan grandes *blockbusters*. ¿Están hoy los cines mejor preparados para afrontar esos periodos valle? ¿Consideran esta polarización una debilidad estructural del mercado?

Efectivamente, esa es una de las principales debilidades de nuestro mercado: la necesidad de contar con un flujo constante de contenidos atractivos capaces de llegar a públicos diferentes, tanto por edades como por gustos. Los exhibidores hemos aprendido a gestionar mejor los periodos de menor actividad, pero la disponibilidad de contenido con capacidad para movilizar a grandes públicos sigue siendo limitada. Por eso, el reto no consiste únicamente en tener grandes *blockbusters*, sino en conseguir una mayor diversidad y continuidad de contenidos que permitan mantener el interés del público durante todo el año.

El último tramo del año suele ser especialmente fuerte para el cine español, con estrenos de prestigio y títulos orientados a la temporada de premios. ¿Qué previsiones manejan ante los estrenos nacionales previstos para esta época? ¿Puede el cine español desempeñar un papel relevante en la taquilla de los próximos meses?

Las previsiones son positivas porque vemos por delante contenidos con mucho potencial y títulos que pueden tener una importante repercusión entre el público. El cine español ya ha desempeñado un papel relevante este año y creemos que puede seguir haciéndolo durante los próximos meses. Necesitamos contenido de calidad y, sobre todo, una mayor continuidad. Cuando una película española tiene calidad, conecta con el público y ofrece una buena experiencia cinematográfica, puede competir al mismo nivel que las grandes producciones internacionales.

El proyecto de Ley del Cine no establece una ventana mínima de exhibición y mantiene la obligatoriedad de la cuota de pantalla, aunque la reduce del 25% al 20%. ¿Consideran que el texto desatiende las principales reclamaciones del sector de la exhibición? ¿Qué cambios estiman imprescindibles?

Desde el punto de vista de la exhibición, cualquier marco regulatorio debe buscar un equilibrio entre los distintos agentes de la cadena de valor y favorecer que el público tenga acceso a una oferta cinematográfica diversa y de calidad. Es importante que los exhibidores dispongamos de la flexibilidad necesaria para programar los contenidos que mejor respondan a la demanda. La programación debe adaptarse a las preferencias reales del público y a su evolución, especialmente en un mercado tan cambiante.
La regulación debería favorecer la diversidad, la calidad y la capacidad de elección del espectador, evitando que las obligaciones de programación generen un efecto contrario al deseado. Nuestro objetivo común debe ser que el mayor número posible de espectadores quiera ver cine español y que las políticas públicas contribuyan a generar esa demanda. Precisamente por eso, creemos que estas políticas deben centrarse también en conseguir que las películas tengan la mayor capacidad posible para conectar con el público.

Las ayudas del ICAA a la exhibición se canalizan ahora a través de las comunidades autónomas. Mientras algunas, como Madrid, han articulado su reparto mediante un convenio con FECE dotado con cerca de un millón de euros, otras no han llegado a ejecutar los fondos asignados. ¿Está funcionando adecuadamente este modelo o genera desigualdades territoriales? ¿Son suficientes los 8,5 millones de euros destinados al conjunto de España?

El objetivo de estas ayudas es muy positivo y existe una necesidad clara de apoyar a la exhibición, especialmente por el papel que desempeñamos en la recuperación y consolidación de los hábitos cinematográficos.
El modelo actual plantea, sin embargo, un reto importante: cuando la gestión y ejecución de los fondos dependen de las comunidades autónomas, pueden producirse diferencias territoriales en el acceso a las ayudas, los plazos y su ejecución. Esto puede generar desigualdades entre los exhibidores dependiendo de dónde estén ubicados. El objetivo debería ser que la mayor parte posible de los recursos llegue a los operadores y proyectos para los que fueron concebidos.

¿De qué manera está afectando la inteligencia artificial a vuestro trabajo? ¿La utilizáis? ¿En qué ámbitos o procesos?

La inteligencia artificial está transformando prácticamente todos los sectores y procesos. Evoluciona a tal velocidad que ya no podemos considerarla una tecnología de futuro, sino una herramienta del presente. Afecta también a la manera en la que nos relacionamos con nuestros clientes y entendemos sus necesidades. Su uso se extiende a todas las edades y perfiles, por lo que no incorporar estas herramientas supondría alejarnos de la evolución del mercado y de nuestros propios clientes. En nuestro caso, puede ayudarnos a ser más eficientes, analizar mejor la información y entender al consumidor.
Evidentemente, debe utilizarse con criterio y manteniendo siempre el componente humano, pero la cuestión ya no es si vamos a utilizar la inteligencia artificial, sino cómo hacerlo de la mejor manera posible. BO

© Lupe de la Vallina/Duesse Media Network



LA RECUPERACIÓN LLEGARÁ CUANDO VUELVAN LAS PELÍCULAS MEDIAS

JUAN MIGUEL DE CHICLANA

DIRECTOR GERENTE DE **ARTESIETE**, *ADVIERTE DE LA FRAGILIDAD DE LA RECUPERACIÓN Y SITÚA EL REGRESO DE LAS PELÍCULAS DE «CLASE MEDIA» COMO LA VERDADERA PRUEBA PARA EL SECTOR*

Con seis cines en Andalucía y presencia también en Mallorca, Las Palmas, Zaragoza, Segovia y Toledo, Artesiete desempeña un papel especialmente relevante en ciudades medianas y mercados regionales de toda España. Al frente de una empresa familiar centenaria, Chiclana se muestra muy cauto al valorar los buenos resultados de 2026, sitúa la recuperación de las películas de «clase media» como la verdadera prueba de que la larga crisis pospandemia ha quedado atrás y considera insuficientes los 8,5 millones de euros destinados a ayudas para la exhibición.

Tras un arranque de año positivo, el verano ha confirmado la recuperación de la taquilla. ¿Puede darse ya por superada la crisis pospandemia o se impone prudencia?



No diría que la crisis pospandemia esté completamente superada. Este año ha demostrado que, cuando existe una oferta potente y variada, el público responde. Es una señal muy positiva, pero no conviene confundir varios meses buenos con una recuperación estructural y definitiva. La asistencia sigue siendo irregular, la taquilla depende demasiado de un número reducido de títulos y los costes de explotación han aumentado de forma importante. Por tanto, afrontamos el futuro con optimismo, pero también con prudencia. El verdadero indicador de normalización no será únicamente encadenar grandes estrenos, sino conseguir una afluencia más estable durante todo el año.

Para mí, la verdadera prueba de que la recuperación se ha consolidado será que vuelvan a funcionar de forma regular las películas de presupuesto medio, y no solo las grandes producciones.

El gran éxito de títulos como *Spider-Man*, *Toy Story 5*, *Torrente, presidente*, *Michael* o *La Odisea* ha tenido un peso decisivo. Pero, más allá de estos fenómenos, ¿detectan un cambio en los hábitos del público? ¿Ha vuelto el cine a incorporarse de manera habitual a sus opciones de ocio?

El cine ha vuelto a estar entre las opciones de ocio, pero el público ya no acude con la misma frecuencia ni por rutina. Elige más el título, valora la experiencia completa y responde cuando percibe el estreno como un acontecimiento.



Juan Miguel de Chiclana (izq) en la inauguración de los cines Arte Siete Bahía en Puerto de Santa Maria (Cádiz) en octubre de 2024

También observamos un mayor peso de la compra anticipada, las promociones, los programas de fidelización y la planificación de la visita. Nuestro reto es convertir al espectador ocasional en recurrente. No basta con una buena película: debemos ofrecer comodidad, calidad de imagen y sonido, buen servicio, precios accesibles y una programación capaz de atraer a públicos diferentes.

En un mercado cada vez más polarizado, existe el riesgo de que la taquilla vuelva a caer cuando faltan grandes blockbusters. ¿Están hoy los cines mejor preparados para afrontar esos periodos valle? ¿Consideran esta polarización una debilidad estructural del mercado?

Sí, hoy estamos mejor preparados. Disponemos de más herramientas de venta digital y fidelización, promociones segmentadas, mayor flexibilidad para adaptar horarios y programación y un control más preciso de los costes. Todo ello nos permite reaccionar mejor ante las semanas de menor demanda.

Sin embargo, ninguna mejora de gestión puede compensar indefinidamente una cartelera débil. La concentración de la taquilla en pocos títulos sí es una debilidad estructural, especialmente para los cines situados en ciudades medianas y pequeñas, que soportan costes fijos durante todo el año. Necesitamos calendarios de estrenos más equilibrados. La sostenibilidad del sector no puede depender únicamente de unos pocos grandes fenómenos anuales.

El último tramo del año suele ser especialmente fuerte para el cine español, con estrenos de prestigio y títulos orientados a la temporada de premios. ¿Qué previsiones manejan ante los estrenos nacionales previstos para esta época? ¿Puede el cine español desempeñar un papel relevante en la taquilla de los próximos meses?

Las previsiones son positivas, aunque preferimos no hacer pronósticos título por título. El cine español ya ha demostrado que puede generar grandes acontecimientos y que las películas de presupuesto medio pueden sostener la cartelera y conectar con públicos muy distintos. Su papel puede ser relevante en los próximos meses si las películas cuentan con campañas de comunicación suficientes y tiempo para desarrollar el boca a boca. El cine español no debe entenderse solo como complemento de los grandes títulos internacionales: puede aportar público, diversidad y continuidad cuando disminuye la oferta de *blockbusters*.

El proyecto de Ley del Cine no establece una ventana mínima de exhibición y mantiene la obligatoriedad de la cuota de pantalla, aunque la reduce del 25 % al 20 %. ¿Consideran que el texto desatiende las principales reclamaciones del sector de la exhibición? ¿Qué cambios estiman imprescindibles?

Sí, en buena medida. La reducción de la cuota de pantalla es un avance, pero el texto sigue sin resolver las principales preocupaciones de la exhibición. La cuota continúa siendo un mecanismo rígido que no siempre tiene en cuenta la realidad de cada mercado, el número de pantallas o la relación entre oferta y demanda en cada localidad.

El cambio imprescindible es incorporar una ventana mínima de exhibición. No planteamos un modelo inmóvil, sino un periodo exclusivo razonable y flexible, con seguridad jurídica, que permita a las salas explotar las películas en condiciones sostenibles. También es necesario adaptar la cuota a la realidad de cada cine, simplificar las obligaciones administrativas, dar a la exhibición una participación efectiva en la toma de decisiones y establecer mecanismos estables de apoyo a la modernización, la accesibilidad y la eficiencia energética de las salas.

Las ayudas del ICAA a la exhibición se canalizan ahora a través de las comunidades autónomas. Mientras algunas, como Madrid, han articulado su reparto mediante un convenio con FECE dotado con cerca de un millón de euros, otras no han ejecutado los fondos asignados. ¿Está funcionando adecuadamente este modelo o genera desigualdades territoriales? ¿Son suficientes los 8,5 millones de euros destinados al conjunto de España?

El modelo puede tener sentido porque las comunidades autónomas conocen mejor sus territorios. En la práctica, genera desigualdades cuando la capacidad de ejecución es distinta en cada comunidad. Si unas salas reciben las ayudas y otras no porque su administración no ha articulado la convocatoria, se produce una diferencia de trato difícil de justificar.

Deberían existir unas bases comunes, plazos obligatorios, criterios transparentes y un mecanismo estatal alternativo que permita ejecutar los fondos cuando una comunidad no lo haga. Los 8,5 millones de euros son útiles, pero insuficientes para atender las necesidades del conjunto de la exhibición española. Además de revisar la dotación, hay que garantizar que las ayudas lleguen a todas las salas, se convoquen con tiempo y tengan continuidad plurianual. Las empresas no pueden planificar inversiones sobre ayudas inciertas o que dependen del territorio en el que operan.

¿De qué manera está afectando la inteligencia artificial a vuestro trabajo? ¿La utilizáis? ¿En qué ámbitos o procesos?

Hemos empezado a utilizarla como herramienta de apoyo en tareas muy concretas, lo que permite liberar tiempo para que los equipos se centren en la operación, el servicio al cliente y la toma de decisiones.

En cualquier caso, la inteligencia artificial no sustituye el criterio profesional. Los resultados deben revisarse y las decisiones que afectan a clientes, trabajadores o a la estrategia de la empresa siguen requiriendo supervisión humana. BO







LA TECNOLOGÍA DEBE ESTAR AL SERVICIO DE LA EXPERIENCIA

JAIME GERBOLÉS
DIRECTOR GENERAL Y COUNTRY MANAGER DE **CINE YELMO**, *APUESTA POR AMPLIAR LA EXPERIENCIA CINEMATOGRÁFICA Y MANTENER LA RELACIÓN CON EL ESPECTADOR MÁS ALLÁ DE LOS GRANDES ESTRENOS*

íder de la exhibición en España, con más de 50 cines operativos que suman alrededor de 500 salas y una amplia implantación territorial, Cine Yelmo, propiedad del gigante mexicano Cinépolis, ha acometido en los últimos años una profunda renovación de sus complejos y una firme apuesta por los formatos *premium*. En un contexto positivo para el sector, Jaime Gerbolés, *Country Manager* desde el verano de 2024 tras una larga trayectoria en el grupo, destaca la ampliación de la experiencia cinematográfica mediante contenidos alternativos, se muestra optimista ante un tramo final de 2026 repleto de estrenos y considera que la regulación legal de una ventana mínima de exhibición constituye la reclamación legislativa más urgente del sector.

Tras un arranque de año positivo, el verano ha confirmado la recuperación de la taquilla. ¿Puede darse ya por superada la crisis pospandemia o todavía se impone cierta prudencia?

Tenemos motivos para ser optimistas. 2026 está siendo un buen año internacional y, en España, la taquilla se comporta muy bien. Es el primer año desde 2020 con un flujo constante de películas atractivas, fundamental para recuperar el hábito de ir al cine. El verano ha sido un ejemplo, con *Spider-Man: Brand New Day*, *La Odisea* o *Toy Story 5*. Tan importante como una buena oferta es distribuirla bien. En julio se concentraron muchas películas y algunas pudieron perder fuerza por la canibalización. Puede haber grandes momentos fuera del verano y la Navidad.
En cualquier caso, hay que ser prudentes. Un año muy bueno es una gran noticia, pero el objetivo es que el crecimiento tenga continuidad. 2026 demuestra que hay ganas de cine y que, cuando existe una oferta capaz de despertar interés, el público responde.

El gran éxito de títulos como *Spider-Man*, *Toy Story 5*, *Torrente, presi-*





***dente*, *Michael* o *La Odisea* ha tenido un peso decisivo. Pero, más allá de estos fenómenos, ¿detectan un cambio en los hábitos del público? ¿Ha vuelto el cine a incorporarse de manera habitual a sus opciones de ocio?**

El espectador es hoy más selectivo, pero sigue valorando la experiencia. Desde Cine Yelmo hemos apostado por mejorar la tecnología, la imagen y el sonido, los formatos y la comodidad. Ver una película en el cine sigue siendo difícil de replicar en casa. La capacidad de atraer al público va más allá de los *blockbusters*. En 2026 vuelven las «películas medias», necesarias para mantener una oferta diversa y constante. *Obsession* o *Backrooms* han conectado muy bien con audiencias jóvenes, demostrando que las nuevas generaciones conectan con el cine. Cuando alguien vuelve por una película, descubre otros títulos y motivos para regresar. El reto es dar continuidad a esa relación.

En un mercado cada vez más polarizado, existe el riesgo de que la taquilla vuelva a caer cuando faltan grandes *blockbusters*. ¿Están hoy los cines mejor preparados para afrontar esos periodos valle? ¿Consideran esta polarización una debilidad estructural del mercado?

Existe cierta polarización y los grandes títulos pesan mucho en la taquilla, pero no hacen al mercado estructuralmente débil. El reto es ampliar la experiencia cinematográfica. En Cine Yelmo trabajamos en esa dirección con +Que Cine, incorporando conciertos, ópera, documentales, eventos en directo o reestrenos.

Se trata de que el cine siga siendo un lugar al que quieres ir incluso sin un gran *blockbuster* en cartelera. La diversificación complementa a las grandes películas y mantiene viva la relación con el espectador. A ello se suma el regreso de las películas medias, importantes para sostener una oferta atractiva durante todo el año.

El último tramo del año suele ser especialmente fuerte para el cine español, con estrenos de prestigio y títulos orientados a la temporada de premios. ¿Qué previsiones manejan ante los estrenos nacionales previstos para esta época? ¿Puede el cine español desempeñar un papel relevante en la taquilla de los próximos meses?

Sin duda. Este año ya ha demostrado que el cine español conecta con el público. Hemos tenido un arranque muy fuerte con *Torrente, presidente* y después títulos como *Aída y vuelta*, *Amarga Navidad*, *Tadeo Jones* o *El ser querido*. Además, ofrece comedia, cine familiar, animación, películas de autor, dramas y títulos con vocación internacional. Esa variedad permite llegar a públicos diferentes.

Somos optimistas ante los próximos meses. Hay títulos que generan conversación y otros con recorrido en la temporada de premios. El cine local se está convirtiendo en motor de la taquilla internacional y puede marcar la diferencia entre un buen año y uno malo. Por eso hay que apostar por producciones locales de calidad.

El proyecto de Ley del Cine no establece una ventana mínima de exhibición y mantiene la obligatoriedad de la cuota de pantalla, aunque la reduce del 25 % al 20 %. ¿Consideran que el texto desatiende las principales reclamaciones del sector de la exhibición? ¿Qué cambios estiman imprescindibles?

Hay avances, pero quedan cuestiones por resolver. Necesitamos una ventana mínima que permita a las películas desarrollar su recorrido en salas antes de pasar a otras plataformas. Si queremos poner en valor la experiencia cinematográfica, hay que proteger ese primer momento de la vida de una película. Algunos países ya avanzan en esta dirección. Compartimos el objetivo de impulsar el cine español y europeo. La cuestión es cómo hacerlo eficazmente. Sería positivo avanzar hacia un modelo de incentivos que ayude no solo a que esas películas estén en cartelera, sino también a generar interés y público.

Las ayudas del ICAA a la exhibición se canalizan ahora a través de las comunidades autónomas. Mientras algunas, como Madrid, han articulado su reparto mediante un convenio con FECE dotado con cerca de un millón de euros, otras no han llegado a ejecutar los fondos asignados. ¿Está funcionando adecuadamente este modelo o genera desigualdades territoriales? ¿Son suficientes los 8,5 millones de euros destinados al conjunto de España?

Las ayudas son positivas y necesarias. El reto es que se gestionen de manera homogénea y lleguen a las salas con independencia del territorio. Este año una parte podría perderse porque algunas comunidades autónomas no van a repartir los fondos asignados, generando diferencias entre salas de un mismo mercado. A través de FECE, tenemos que colaborar con las administraciones para que el mecanismo funcione y el 100 % de los fondos llegue a las salas. Más que valorar la cifra, lo importante es que exista un apoyo estable y continuado que permita invertir en las salas, mejorar la experiencia y crear nuevas audiencias.

¿De qué manera está afectando la inteligencia artificial a vuestro trabajo? ¿La utilizáis? ¿En qué ámbitos o procesos?

Sí, la usamos, aunque su implantación varía según el área. Está más consolidada en la relación con el espectador: nos permite conocerlo mejor, entender qué le interesa y comunicarnos de forma más relevante y menos intrusiva. Ahí forma parte del trabajo diario y podemos medir su retorno. En la operación de los complejos, en el apoyo a la programación o en los procesos comerciales estamos en una fase inicial. Vemos mucho potencial, pero preferimos hablar cuando tengamos resultados. La IA puede ayudarnos a gestionar mejor el negocio, tomar decisiones y liberar a los equipos de tareas de menor valor para que atiendan a la gente que entra por la puerta. Pero no va a sustituir la esencia del negocio: una película hecha por personas con algo que contar, proyectada en una pantalla grande y compartida con otros. En CineEurope, la inteligencia artificial compartía protagonismo con la comunidad, el *fandom* o la Generación Z. Así lo vemos: la tecnología al servicio de la experiencia, nunca al revés. BO

© Lupe de la Vallina/Duesse Media Network



ESTA LEY NACERÍA SIN NINGÚN CONSENSO

ÁLVARO POSTIGO

DIRECTOR GENERAL DE **MK2 ESPAÑA** *Y PRESIDENTE DE FECE, CRITICA CON DUREZA EL PROYECTO DE LEY DEL CINE Y RECLAMA UNA VENTANA DE EXHIBICIÓN Y MAYOR PROTECCIÓN PARA LAS SALAS*

Al frente de la división española de la cadena francesa mk2 desde 2014, Álvaro Postigo preside también desde 2022 FECE, la principal patronal del sector de la exhibición. Con diez cines en España que suman 120 salas —dos en Madrid, siete en Andalucía y uno en Toledo—, mk2 apuesta por adaptar cada complejo a su entorno, como demuestra el Cine Paz, en el centro de Madrid, con una programación dinámica y marcadamente cinéfila. Postigo se muestra cauto ante la recuperación de la taquilla y especialmente crítico con el proyecto de Ley del Cine y con el mantenimiento de la cuota de pantalla para producciones europeas e iberoamericanas, que llega a calificar de «expropiación de pantalla».



Tras un arranque de año muy positivo, el verano ha confirmado la recuperación de la taquilla. ¿Puede darse ya por superada la crisis pospandemia o todavía se impone cierta prudencia?

Se ha roto la tendencia de 2024 y 2025, lo que constituye una buena noticia en sí misma. Sin embargo, en las últimas 52 semanas seguimos por debajo de los 80 millones de espectadores, una cifra todavía insuficiente para sostener el ritmo de inversión necesario para actualizar y modernizar el parque de salas.

Por tanto, los resultados invitan al optimismo y confirman que la recuperación avanza, pero todavía queda mucho trabajo por hacer. No podemos considerar que la crisis esté definitivamente superada.

El gran éxito de títulos como *Spider-Man*, *Toy Story 5*, *Torrente, presidente*, *Michael* o *La Odisea* ha tenido un peso decisivo. Pero, más allá de estos fenómenos, ¿detectan un cambio en los hábitos del público? ¿Ha vuelto el cine a incorporarse de manera habitual a sus opciones de ocio?

Como siempre decimos, al cine se va fundamentalmente a ver películas y estas continúan siendo el principal motor de la asistencia. Cuando existe una oferta potente, las películas consiguen que el cine vuelva a situarse en la agenda de la gente. Pero también influyen otros factores, como la proximidad de las salas, el confort, la calidad de la experiencia y un precio que continúa siendo asequible en comparación con otras formas de ocio. La combinación



de todos estos elementos es la que puede ayudar a que el cine recupere una presencia más habitual en la vida del público.

En un mercado cada vez más polarizado, existe el riesgo de que la taquilla vuelva a caer cuando faltan grandes *blockbusters*. ¿Están hoy los cines mejor preparados para afrontar esos periodos valle? ¿Consideran esta polarización una debilidad estructural del mercado?

Siempre ha existido una cierta polarización, especialmente en el mercado español. El problema actual es que el principal proveedor de nuestro mercado está inmerso en disputas internas relacionadas con el tamaño de las compañías, los procesos de integración y la búsqueda de sinergias con otros canales. Aunque esas cuestiones sean ajenas a la exhibición, sus consecuencias terminan perjudicándonos. Quizá se deba a la necesidad de corregir decisiones equivocadas tomadas en el pasado.
La otra cara de esta situación es que el cine más independiente y las producciones procedentes de otros lugares del mundo tienen la oportunidad de aumentar su participación en el mercado. Eso es positivo para todos, porque amplía la diversidad de la oferta y reduce nuestra dependencia de una única cinematografía.

El último tramo del año suele ser especialmente fuerte para el cine español, con estrenos de prestigio y títulos orientados a la temporada de premios. ¿Qué previsiones manejan ante los estrenos nacionales previstos para esta época? ¿Puede el cine español desempeñar un papel relevante en la taquilla de los próximos meses?

Esperamos que sí, y así parece indicarlo la presencia de películas ya premiadas y de otras sorpresas que irán surgiendo. La producción española es siempre esperada y apreciada por el público y, por tanto, también por los exhibidores.
La única llamada de atención sería sobre la necesidad de no concentrar todos los estrenos nacionales en el final del año. Sería deseable que estuvieran mejor repartidos a lo largo del calendario. Es un problema que afecta a todo el sector y en cuya solución deben participar todas las partes: productores, distribuidores, exhibidores, el ICAA y los festivales.

El proyecto de Ley del Cine no establece una ventana mínima de exhibición y mantiene la obligatoriedad de la cuota de pantalla, aunque la reduce del 25% al 20%. ¿Consideran que el texto desatiende las principales reclamaciones del sector de la exhibición? ¿Qué cambios estiman imprescindibles?

Esta ley nacería, en términos generales, sin ningún consenso que yo conozca. No entendemos muy bien el empeño en seguir adelante con una norma que se plantea en contra del sector después de veinte años y sin haber analizado, como mandataba la ley anterior, la eficacia o conveniencia de la imposición de la cuota de pantalla, que nosotros consideramos una expropiación de pantalla.
Desde la exhibición creemos que existen otros asuntos que deberían ocupar un lugar prioritario y que ya hemos trasladado a todas las partes implicadas en la negociación. Entre ellos se encuentra la implantación de una ventana de exhibición similar a las existentes en Francia o Italia, así como una mayor transparencia en los datos de todo el sector, y no únicamente en la taquilla de los cines.
También consideramos imprescindible cuidar el parque de salas situado en zonas no urbanas, evitar la competencia desleal de determinados ayuntamientos y promover la colaboración público-privada. A ello se suma la necesidad de desarrollar la educación y la cultura audiovisual mediante la colaboración entre los cines y los centros educativos, utilizando las salas como espacios privilegiados para vivir esta experiencia.

Las ayudas del ICAA a la exhibición se canalizan ahora a través de las comunidades autónomas. Mientras algunas, como Madrid, han articulado su reparto mediante un convenio con FECE dotado con cerca de un millón de euros, otras no han llegado a ejecutar los fondos asignados. ¿Está funcionando adecuadamente este modelo o genera desigualdades territoriales? ¿Son suficientes los 8,5 millones de euros destinados al conjunto de España?

El modelo no está funcionando adecuadamente porque se intenta atender una realidad homogénea mediante un sistema asimétrico. No existen unas bases comunes para todo el territorio, ni en su contenido ni en los plazos de resolución y pago. Eso provoca diferencias importantes entre unas comunidades autónomas y otras.
A los técnicos de las comunidades les falta en muchos casos experiencia en la gestión de estas ayudas, además de equipos suficientes para tramitarlas. Para los cines que operan en varios territorios, la necesidad de adaptarse a convocatorias, criterios y calendarios diferentes está suponiendo un trabajo ímprobo. El sistema debería simplificarse y garantizar unas condiciones mínimas comunes para todas las salas, con independencia del lugar en el que operen.

¿De qué manera está afectando la inteligencia artificial a vuestro trabajo? ¿La utilizáis? ¿En qué ámbitos o procesos?

Como a cualquier otra actividad, la inteligencia artificial nos afecta y ya la estamos utilizando. Se está implementando para optimizar procesos mecánicos y tareas de análisis de datos orientadas a mejorar la toma de decisiones en la gestión.
Todos debemos ser prudentes con su uso, especialmente por la transferencia de conocimiento —o *know-how*— que puede implicar. Al mismo tiempo, creo que la inteligencia artificial elevará el nivel de preparación exigido a los profesionales, que deberán estar capacitados para afrontar las posibles controversias y los efectos nocivos derivados de una utilización inadecuada. Es una herramienta con mucho potencial, pero necesita criterio, conocimiento y supervisión. BO

© Lupe de la Vallina/Duesse Media Network

4 MILLONES PARA LA DISTRIBUCIÓN

LA PROPUESTA PROVISIONAL DEL ICAA PARA 2026 REPARTE CUATRO MILLONES DE EUROS ENTRE 82 PELÍCULAS Y 28 DISTRIBUIDORAS. EL ANÁLISIS DE LAS AYUDAS REVELA UNA CONCENTRACIÓN SIGNIFICATIVA EN LAS PRINCIPALES BENEFICIARIAS, PERO TAMBIÉN DIFERENCIAS IMPORTANTES ENTRE COMPAÑÍAS: MÁS TÍTULOS SELECCIONADOS NO IMPLICA NECESARIAMENTE RECIBIR MÁS DINERO YA QUE ALGUNAS DISTRIBUIDORAS ALCANZAN POSICIONES DESTACADAS CON SOLO TRES O CUATRO PELÍCULAS

por **Pelayo Sánchez**



Parecido a un asesinato (Vertice Cine) ha recibido 135 mil euros

El pasado 14 de julio, el ICAA hizo pública su propuesta de resolución provisional de concesión de las ayudas a la distribución para el ejercicio de 2026. En total, cuatro millones de euros para 82 títulos de 28 compañías diferentes. A Contracorriente Films encabeza el ranking, con 429.200 euros repartidos entre seis películas. Le sigue muy de cerca BTeam Pictures, que suma 410.800 euros, aunque en su caso la cantidad se reparte entre diez títulos, la cifra más alta de películas subvencionadas por una misma empresa en esta convocatoria. Y Elastica Films ocupa la tercera posición, con 348.600 euros para seis películas. Por otra parte, tres thrillers españoles encabezan el listado de películas que reciben una ayuda más voluminosa: *Parecido a un asesinato* (135 mil euros, Vértice Cine), enmarcado en el drama de la violencia de género; *Golpes* (133.500 euros, A Contracorriente), también con trasfondo social y una trama con atracos y *Reversión* (127.500 euros, AFPictures), un thriller más clásico con elementos de drama familiar. Empata con la comedia romántica británica Amor en cuatro letras con esos 127.500 euros.

MÁS TÍTULOS NO ES MÁS DINERO

La clasificación cambia cuando, en lugar del volumen total, miramos cuánto recibe cada película. Beta Fiction Spain obtiene 347.400 euros con solo tres títulos, lo que deja su media en 115.800 euros por película, la más alta entre las distri-



buidoras que reciben ayudas para más de un título. Vértice Cine alcanza los 83.700 euros de media con cuatro películas, y A Contracorriente se queda en un total de 71.533 euros por título.

Aquí aparece una de las claves de la resolución. BTeam es la segunda distribuidora que más dinero recibe, pero también la que presenta la cartera más amplia entre las beneficiarias: diez títulos, frente a los tres de Beta Fiction. Entre ellos están *Los domingos*, con una ayuda propuesta de 50.000 euros; *Sirat*, con 19.900; *Maspalomas*, con 65.700; *Los Aitas*, con 37.000; *Siempre es invierno*, con 45.300; *Parthenope*, con 49.800; *La semilla de la higuera sagrada*, con 47.700; y *El extranjero*, con 60.900 euros; además de *Molt lluny* y *La llegada del hijo*.

LAS DIFERENCIAS DETRÁS DEL RANKING

En el caso de A Contracorriente, su primera posición responde tanto al número de títulos como a varias de las ayudas más cuantiosas de la resolución. *Golpes* encabeza su listado, con 133.500 euros, seguido de *La guitarra flamenca de Yerai Cortés*, con 74.600; *Misterioso asesinato en la montaña*, con 74.100; *Diamanti*, con 67.800; *Mi postre favorito*, con 40.700; y *El regreso de Ulises*, con 38.500 euros.

Caramel Films ocupa la sexta posición en volumen, con 304.500 euros repartidos entre cuatro películas. *Karmele* recibe 88.900 euros, *Por todo lo alto*, 89.500; *Vida privada*, 83.200; y *El Jockey*, 42.900. La media es de 76.125 euros por película, por encima de las de A Contracorriente y BTeam. También destaca Vértice Cine, que alcanza 334.800 euros con cuatro títulos. Su principal ayuda corresponde a *Parecido a un asesinato*, con 135.000 euros, la cantidad individual más alta de toda la propuesta. Le siguen *Enemigos*, con 124.500; *Las delicias del jardín*, con 58.000; y *Drácula*, con 17.300.

Beta Fiction ofrece el caso contrario al de BTeam: tres películas y una cantidad total que la coloca en la cuarta posición del ranking. *Coartadas*, *La hermanastra fea* y *Amor en cuatro letras* suman 347.400 euros. Dos de ellas superan además los 120.000 euros: 123.600 para *Coartadas* y 127.500 para *Amor en cuatro letras*.

El reparto empieza a mostrar una concentración clara cuando se amplía la mirada. Las seis distribuidoras que encabezan el ranking (A Contracorriente, BTeam, Elastica, Beta Fiction, Vértice y Caramel) suman 2,175 millones de euros, el 54,4% de los cuatro millones disponibles. Si se amplía el grupo a las diez primeras, la proporción llega al 73,3%. Dicho de otro modo, tres de cada cuatro euros de la convocatoria se concentran en las diez principales beneficiarias por volumen de ayuda. ›



Imagen de *Golpes* (A Contracorriente) con una ayuda de 133 mil euros

RANKING PELÍCULAS CON MAYOR SUBVENCIÓN A LA DISTRIBUCIÓN

DISTRIBUIDORA	PELÍCULA	PUNTOS	AYUDA
VERTICE CINE, S.L.	PARECIDO A UN ASESINATO	79,05	135.000,00 €
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	GOLPES	87,65	133.500,00 €
AF PICTURES PRODUCTIONS, S.L.	REVERSION	69,03	127.500,00 €
BETA FICTION SPAIN, S.L.	AMOR EN CUATRO LETRAS	67,1	127.500,00 €
VERTICE CINE, S.L.	ENEMIGOS	69,35	124.500,00 €
BETA FICTION SPAIN, S.L.	COARTADAS	69,55	123.600,00 €
ADSO INTERNATIONAL MANAGEMENT, S.L.	FLOW, UN MUNDO QUE SALVAR	91,75	114.100,00 €
ALFA PICTURES, S.L.U.	LA HUELLA DEL MAL	69,6	110.600,00 €
ELASTICA FILMS, S.L.	VALOR SENTIMENTAL	83,75	105.300,00 €
SIDERAL CINEMA, S.L.	HASTA QUE ME QUEDE SIN VOZ	81,7	104.600,00 €
BETA FICTION SPAIN, S.L.	LA HERMANASTRA FEA	69,2	96.300,00 €
CARAMEL FILMS, S.L.	POR TODO LO ALTO	75,45	89.500,00 €
CARAMEL FILMS, S.L.	KARMELE	77,45	88.900,00 €
CARAMEL FILMS, S.L.	VIDA PRIVADA	78,6	83.200,00 €
ELASTICA FILMS, S.L.	QUEER	81,05	76.500,00 €
WANDA VISION, S.A.	LA DEUDA	80,15	76.400,00 €
AVALON DISTRIBUCION AUDIOVISUAL, S.L.	LA TUTORIA	69,85	76.100,00 €
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	LA GUITARRA FLAMENCA DE YERAI CORTES	89,95	74.600,00 €
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	MISTERIOSO ASESINATO EN LA MONTAÑA	68,65	74.100,00 €
CASTELAO PICTURES, S.L.	LOS FUTBOLISIMOS 2. EL MISTERIO DEL TESORO PIRATA	77,1	69.800,00 €
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	DIAMANTI	69,15	67.800,00 €
FLINS Y PINICULAS, S.L.	200 % WOLF: PEQUEÑO GRAN LOBO	67,6	66.900,00 €
ELASTICA FILMS, S.L.	ROMERIA	96,35	65.800,00 €
BTEAM PICTURES, S.L.	MASPALOMAS	87,15	65.700,00 €
LA AVENTURA CINE, S.L.	UN SIMPLE ACCIDENTE	77,55	63.300,00 €
BTEAM PICTURES, S.L.	EL EXTRANJERO	70,35	60.900,00 €
VERTIGO FILMS, S.L.	AUN ESTOY AQUÍ	73,6	60.000,00 €
CASTELAO PICTURES, S.L.	CAMPAMENTO GARRA DE OSO	74,3	58.000,00 €
VERTICE CINE, S.L.	LAS DELICIAS DEL JARDIN	66,55	58.000,00 €
WANDA VISION, S.A.	DOÑANA DONDE EL AGUA ES SAGRADA	69,05	52.900,00 €
ELASTICA FILMS, S.L.	SEPTIEMBRE DICE	68,7	51.800,00 €
BTEAM PICTURES, S.L.	LOS DOMINGOS	96,85	50.000,00 €
BTEAM PICTURES, S.L.	PARTHENOPE	71,75	49.800,00 €
BTEAM PICTURES, S.L.	LA SEMILLA DE LA HIGUERA SAGRADA	71,25	47.700,00 €
LA AVENTURA CINE, S.L.	JANE AUSTEN ARRUINO MI VIDA	75,75	46.800,00 €
ALFA PICTURES, S.L.U.	HANNA i ELS NADALS OBLIDATS	68,7	46.000,00 €
BTEAM PICTURES, S.L.	SIEMPRE ES INVIERNO	80,35	45.300,00 €
CASTELAO PICTURES, S.L.	LEO & LOU	75,3	44.800,00 €
CARAMEL FILMS, S.L.	EL JOCKEY	74,8	42.900,00 €
ADSO INTERNATIONAL MANAGEMENT, S.L.	LA CHICA DE LA AGUJA	75,05	42.600,00 €
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	MI POSTRE FAVORITO	81,55	40.700,00 €
LA AVENTURA CINE, S.L.	SECRETOS DE UN CRIMEN (SANTOSH)	79,45	39.100,00 €
SURTSEY FILMS, S.L.	MONSIEUR AZNAVOUR	68,4	39.000,00 €
A CONTRACORRIENTE FILMS, S.L.	EL REGRESO DE ULISES	73,35	38.500,00 €
L'ATALANTE CINEMA, S.L.U.	LA LUZ QUE IMAGINAMOS	84,9	37.400,00 €
BTEAM PICTURES, S.L.	LOS AITAS	84,4	37.000,00 €
LA AVENTURA CINE, S.L.	TRES AMIGAS	76,65	35.000,00 €
TRIPICTURES, S.A.	MALA INFLUENCIA	68,75	34.200,00 €
SIDERAL CINEMA, S.L.	BODEGON CON FANTASMAS	69,1	31.800,00 €
LA AVENTURA CINE, S.L.	LA RECETA PERFECTA	76,85	30.100,00 €
WANDA VISION, S.A.	LOS COLORES DEL TIEMPO	68	29.500,00 €
KARMA FILMS, S.L.	VERMIGLIO	81,7	28.400,00 €
LAZONA PICTURES, S.L.	LOCAMENTE	65,8	26.000,00 €
ELASTICA FILMS, S.L.	ESTRANY RIU	80,05	25.400,00 €
LA AVENTURA CINE, S.L.	CONDENADOS (VOGTER)	65,85	25.300,00 €
KARMA FILMS, S.L.	MISERICORDIA	80,3	24.200,00 €
AVALON DISTRIBUCION AUDIOVISUAL, S.L.	GRAND TOUR	81,75	23.900,00 €
ELASTICA FILMS, S.L.	UNA PELICULA INACABADA	69,6	23.800,00 €
KARMA FILMS, S.L.	MI VIDA A LO GRANDE	65,9	22.500,00 €
BTEAM PICTURES, S.L.	MOLT LLUNY	88,5	20.700,00 €
FLAMINGO FILMS, S.L.	LA HISTORIA DE SOULEYMANE	77,85	20.000,00 €
BTEAM PICTURES, S.L.	SIRAT	93,8	19.900,00 €
KARMA FILMS, S.L.	EL SENDERO AZUL	78,6	19.400,00 €
ALFA PICTURES, S.L.U.	SMALL THINGS LIKE THESE	67,7	19.000,00 €
ATERA FILMS	JONE, BATZUETAN	75,4	18.800,00 €
FLAMINGO FILMS, S.L.	JUGAR CON FUEGO	67,85	17.300,00 €
VERTICE CINE, S.L.	DRACULA	65,65	17.300,00 €
SURTSEY FILMS, S.L.	UN HOMBRE LIBRE	72,79	15.900,00 €
KARMA FILMS, S.L.	AQUEL VERANO EN PARIS	71,7	15.400,00 €
BTEAM PICTURES, S.L.	LA LLEGADA DEL HIJO	72,05	13.800,00 €
SILENCIO CINEMA, S.L.	BALEARIC	70,05	13.100,00 €
ATERA FILMS	ITOIZ UDAKO SESIOAK	69,5	12.800,00 €
BOSCO FILMS, S.L.	DESCALZOS	69,15	12.800,00 €
AVALON DISTRIBUCION AUDIOVISUAL, S.L.	THE END	68,4	12.700,00 €
KARMA FILMS, S.L.	LO QUE QUEDA DE TI	72,6	12.300,00 €
URRESTI PRODUCCIONES, S.L.	ELOY DE LA IGLESIA, ADICTO AL CINE	70,65	10.300,00 €
SURTSEY FILMS, S.L.	HIJA DEL VOLCAN	65,75	9.500,00 €
CASTELAO PICTURES, S.L.	DESMONTANDO UN ELEFANTE	68,18	8.300,00 €
BOSCO FILMS, S.L.	SOLO JAVIER	69,15	6.100,00 €
RIVER EVENTS HIGHWAY, S.L.	A NUESTROS AMIGOS	65,9	5.200,00 €
BEGIN AGAIN FILMS, S.L.	LA MARSELLESA DELS BORRATXOS	67,9	4.800,00 €
BEGIN AGAIN FILMS, S.L.	THE HUMAN HIBERNATION	73,1	4.200,00 €

Fuente: ICAA

RANKING DISTRIBUIDORAS CON MAYOR SUBVENCIÓN A LA DISTRIBUCIÓN

DISTRIBUIDORA	Nº TÍTULOS	AYUDA PROPUESTA	% DEL TOTAL	MEDIA POR TÍTULO
A Contracorriente Films	6	429.200 €	10,70%	71.533 €
BTeam Pictures	10	410.800 €	10,30%	41.080 €
Elastica Films	6	348.600 €	8,70%	58.100 €
Beta Fiction Spain	3	347.400 €	8,70%	115.800 €
Vértice Cine	4	334.800 €	8,40%	83.700 €
Caramel Films	4	304.500 €	7,60%	76.125 €
La Aventura Cine	6	239.600 €	6,00%	39.933 €
Castelao Pictures	4	180.900 €	4,50%	45.225 €
Alfa Pictures	3	175.600 €	4,40%	58.533 €
Wanda Vision	3	158.800 €	4,00%	52.933 €

Fuente: ICAA



Enemigos (Vértice Cine) ha tenido una subvención de 124 mil euros



Amor en cuatro letras (Beta Fiction) ha recibido 127 mil euros



La comedia *Coartadas* (Beta Fiction) ha obtenido 123 mil euros

CARTERAS AMPLIAS FRENTE A AYUDAS CONCENTRADAS

Pero el número de títulos no cuenta toda la historia. Si bien hay compañías que llegan a las primeras posiciones porque acumulan películas (es el caso de BTeam, Elastica, A Contracorriente, La Aventura o Karma), otras lo hacen con una cartera mucho más corta. AF Pictures Productions, por ejemplo, obtiene 127.500 euros para *Reversion*. Flins y Pinículas recibe 66.900 por *200 % Wolf: Pequeño gran lobo*. En ambos casos, una sola película explica toda la ayuda propuesta para la empresa.

En el otro extremo está Karma Films. La compañía suma seis títulos, pero alcanza 122.200 euros en total, con una media de 20.367 euros por película. La Aventura Cine también consigue seis ayudas, aunque en su caso el total asciende a 239.600 euros. Dos carteras del mismo tamaño, por tanto, con resultados económicos muy distintos.

El propio ICAA explica que las cuantías se ajustaron por película de acuerdo con los criterios establecidos en la convocatoria y que la valoración combina las puntuaciones del Comité Asesor con datos objetivos procedentes de las declaraciones de las empresas y de la información disponible en el organismo. Conviene recordar, de todas maneras, que se trata todavía de una propuesta de resolución provisional; el documento establecía un plazo de cinco días hábiles para presentar alegaciones, por lo que las cantidades analizadas corresponden a las ayudas propuestas y no a una resolución definitiva.

Los datos dejan, en definitiva, un reparto concentrado, pero no uniforme. Las diez principales distribuidoras absorben





PELÍCULAS DE A CONTRACORRIENTE FILMS

POSICIÓN	PELÍCULA	PUNTOS	AYUDA PROPUESTA
1	Golpes	87,65	133.500 €
2	La guitarra flamenca de Yerai Cortés	89,95	74.600 €
3	Misterioso asesinato en la montaña	68,65	74.100 €
4	Diamanti	69,15	67.800 €
5	Mi postre favorito	81,55	40.700 €
6	El regreso de Ulises	73,35	38.500 €

Fuente: ICAA

PELÍCULAS DE BTEAM PICTURES

POSICIÓN	PELÍCULA	PUNTOS	AYUDA PROPUESTA (€)
1	Maspalomas	87,15	65.700 €
2	El extranjero	70,35	60.900 €
3	Los domingos	96,85	50.000 €
4	Parthenope	71,75	49.800 €
5	La semilla de la higuera sagrada	71,25	47.700 €
6	Siempre es invierno	80,35	45.300 €
7	Los Aitas	84,4	37.000 €
8	Molt lluny	88,5	20.700 €
9	Sirat	93,8	19.900 €
10	La llegada del hijo	72,05	13.800 €

Fuente: ICAA

PELÍCULAS DE ELASTICA FILMS

POSICIÓN	PELÍCULA	PUNTOS	AYUDA PROPUESTA (€)
1	Valor Sentimental	83,75	105.300 €
2	Queer	81,05	76.500 €
3	Romería	96,35	65.800 €
4	Septiembre dice	68,7	51.800 €
5	Estrany Riu	80,05	25.400 €
6	Una película inacabada	69,6	23.800 €

Fuente: ICAA



Flow, un mundo que salvar (Adso Films) se ha llevado 114 mil euros

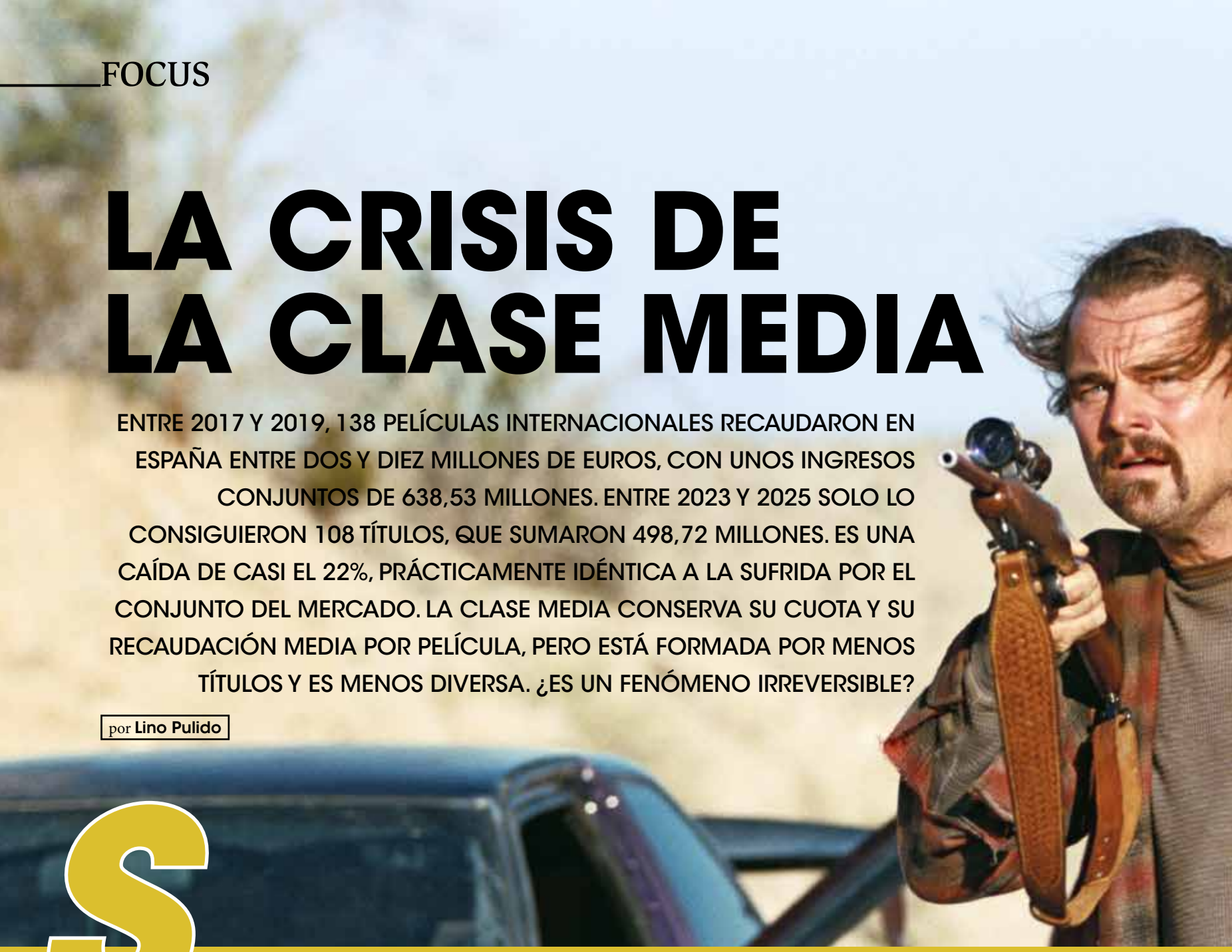
la mayor parte del presupuesto, aunque las ayudas llegan a 28 empresas y 82 películas. Y el volumen de títulos y el de financiación no siempre van de la mano: algunas compañías alcanzan las primeras posiciones gracias a una cartera amplia, mientras que otras concentran cantidades mucho más elevadas en un número reducido de títulos. BO

© Vertice Cine (2), A Contracorriente (1), Bera Fiction (2), ADSO International Management (1)

LA CRISIS DE LA CLASE MEDIA

ENTRE 2017 Y 2019, 138 PELÍCULAS INTERNACIONALES RECAUDARON EN ESPAÑA ENTRE DOS Y DIEZ MILLONES DE EUROS, CON UNOS INGRESOS CONJUNTOS DE 638,53 MILLONES. ENTRE 2023 Y 2025 SOLO LO CONSIGUIERON 108 TÍTULOS, QUE SUMARON 498,72 MILLONES. ES UNA CAÍDA DE CASI EL 22%, PRÁCTICAMENTE IDÉNTICA A LA SUFRIDA POR EL CONJUNTO DEL MERCADO. LA CLASE MEDIA CONSERVA SU CUOTA Y SU RECAUDACIÓN MEDIA POR PELÍCULA, PERO ESTÁ FORMADA POR MENOS TÍTULOS Y ES MENOS DIVERSA. ¿ES UN FENÓMENO IRREVERSIBLE?

por **Lino Pulido**



pider-Man, *La Odisea*, *Michael*, *Torrente, presidente* o *Toy Story 5* apuntan a un año histórico, que podría superar por primera vez en más de un lustro la recaudación del mágico 2019, cuando las salas españolas rebasaron ampliamente los 100 millones de espectadores. *La Odisea* ha recordado al público la importancia de ver las películas en pantalla grande; *Spider-Man* se ha convertido en un símbolo para la generación Z, y *Torrente* ha hecho reír a millones de españoles. El cine demuestra que sigue muy vivo y que el *streaming* no mató a la sala, del mismo modo que la televisión no acabó con la radio.

El mercado crece, pero podría crecer más. Los datos muestran que la contracción general ha reducido también el tamaño de esa sufrida clase media formada por las películas que recaudan entre dos y diez millones de euros.

La recaudación conjunta de estos títulos ha pasado de 638,53 millones entre 2017 y 2019 a 498,72 millones entre 2023 y 2025: una caída de casi el 22%. Sin embargo, su peso dentro de la taquilla permanece sorprendentemente estable, en torno al 35%. Al observar el detalle aparece otra conclusión especialmente reveladora. La media obtenida por cada película es prácticamente idéntica en términos nominales: 4,63 millones antes de la pandemia y 4,62 millones después. Lo que ha descendido de manera notoria es el número de títulos capaces de alcanzar ese rango: de una media anual de 46 películas entre 2017 y 2019 a solo 36 entre 2023 y 2025.

Y, dentro de la clase media, la que más sufre es la propia clase media. Las películas situadas entre seis y diez millones han pasado de 35 entre 2017 y 2019 a 28 entre 2023 y 2025, una caída del 20%. Las que recaudaron entre dos y cuatro millones descendieron de 70 a 57, un 18,6%. Pero el retroceso más acusado se produce precisamente en el tramo central, entre cuatro y seis millones: de 33 a solo 23 títulos, un desplome superior al 30%.

Los datos provisionales de 2026 ofrecen una imagen ambivalente. Hasta finales de agosto, 19 películas internacionales habían recaudado entre dos y diez millones de euros, con unos ingresos conjuntos de 104,06 millones y 14,69 millones de espectadores. Ocho ya se situaban en la zona alta, entre seis y diez millones, tantas como durante todo 2023 o 2025. Sin embargo, esta clase media representa por ahora alrededor del 25% de la recaudación total del año, frente al 35% habitual, debido al peso extraordinario de grandes fenómenos como *Spider-Man*, *La Odisea*, *Michael* o *Toy Story 5*. El ejercicio está lejos de haber concluido, pero esta combinación de una zona media-alta vigorosa y unos pocos éxitos gigantescos vuelve a mostrar la creciente polarización del mercado.



Fotograma de *Una batalla tras otra* (2025), aupada por el Oscar a la mejor película

CLASE MEDIA: COMPARACIÓN POR TRAMOS 2017-2019 Y 2023-2025

RECAUDACIÓN	TOTAL TÍTULOS 2017-2019	TOTAL TÍTULOS 2023-2025	VARIACIÓN
6–10 M€	35	28	–20,0%
4–6 M€	33	23	–30,3%
2–4 M€	70	57	–18,6%
Total	**138**	**108**	**–21,7%**

FUENTE: ICAA, Rentrak, Elaboración Box Office

CLASE MEDIA: ANTES Y DESPUÉS DE LA PANDEMIA

PERIODO	Nº TÍTULOS ANUALES	MEDIA DE TITULOS POR AÑO	RECAUDACIÓN CONJUNTA	MEDIA ANUAL
2017-2019	138	46	638,53 M€	212,84 M€
2023-2025	108	36	498,72 M€	166,24 M€
Variación	**–30**	**–21,7%**	**–139,81 M€**	**–21,9%**

FUENTE: ICAA, Rentrak, Elaboración Box Office

RESULTADOS CLASE MEDIA 2017 A 2019

AÑO	PELÍCULAS	RECAUDACIÓN CONJUNTA	MEDIA POR PELÍCULA
2017	50	242,92 M€	4,86 M€
2018	43	208,50 M€	4,85 M€
2019	45	187,11 M€	4,16 M€
Total	**138**	**638,53 M€**	**4,63 M€**

FUENTE: ICAA, Rentrak, Elaboración Box Office



El drama judicial *Jurado Nº2* (2024) cautivó al público

DRAMA Y COMEDIA, LAS VÍCTIMAS

Hay dos grandes damnificados por la crisis de la clase media: el drama adulto de prestigio y la comedia. Y un claro ganador: el terror. Antes de la pandemia, las producciones adultas ambiciosas, muchas de ellas estadounidenses y reforzadas por las críticas y los premios, alcanzaban con frecuencia la zona alta de esta franja. *Dunkerque*, *La forma del agua* y *Green Book* rondaron los nueve millones; *Parásitos* llegó a 7,76 y *Tres anuncios en las afueras* superó los seis. A ellas se sumaban títulos como *Los archivos del Pentágono*, *La mula*, *Mujercitas*, *Ad Astra*, *Puñales por la espalda*, *La favorita* o *Viudas*.

Hoy siguen existiendo producciones de prestigio, pero son menos y suelen recaudar menos: *Pobres criaturas*, *Una batalla tras otra*, *The Brutalist*, *Materialistas* o *Jurado nº 2* se movieron entre los tres y los cinco millones. Ese espacio no ha quedado completamente vacío. Compañías inde- ❯



La comedia romántica *Materialistas* (2025) mostró la vigencia del género

pendientes con músculo financiero como A24 — *Marty Supreme*, *Materialistas* — o Neon —distribuidora estadounidense de *Anora* — han conseguido notables éxitos con películas adultas y originales, aunque todavía no compensan la retirada de los grandes estudios de este terreno.

Queda por determinar si el público ha perdido el interés por esas películas o si fue Hollywood quien, al reducir su producción, sus campañas y sus estrenos, desatendió primero a ese espectador. Probablemente ambas cosas formen parte de un mismo círculo vicioso.

La comedia ha sufrido todavía más. Entre 2017 y 2019 entraron en esta franja *Mamma Mia: Una y otra vez*, *Mañana empieza todo*, *C'est la vie*, *Johnny English*, *Yesterday*, *Timadoras compulsivas* o *Chicos buenos*. En los últimos años apenas encontramos excepciones como *Cualquiera menos tú* o *Materialistas*. Hollywood no solo ha perdido parte del público adulto: también ha reducido la producción y el estreno comercial de estas películas, desplazadas en buena medida hacia las plataformas.

Es evidente que ahora cuesta más levantar al espectador del sofá y que este exige mayores razones para acudir a una sala. El nuevo paradigma ya no consiste en preguntarse si el *streaming* acabará con el cine, sino en asumir que cada película debe convencer al público de que merece realmente la pena verla en pantalla grande. Pero la duda permanece: ¿ha desaparecido el espectador del drama adulto y la comedia romántica o existe un público desatendido al que Hollywood ha dejado de ofrecer películas? De nuevo, oferta y demanda se retroalimentan: se produce menos porque acude menos público y acude menos público porque se produce menos.

Porque también se produce y, sobre todo, se estrena menos. La reducción de la oferta comenzó antes de la pandemia, con la consolidación de la franquicia y la propiedad intelectual como ejes del negocio, pero se aceleró con el auge de las plataformas, la crisis sanitaria y las huelgas de Hollywood. Desde comienzos de siglo, los grandes estudios han lanzado una media



Crítica y público estuvieron de acuerdo en aclamar *Marty Supreme* (2025)



El auge del terror estalla en *Weapons* (2025), un gran éxito en todo el mundo



Exito sorpresa en todo el mundo, *Longlegs* (2024) destacó por su originalidad



Pobres criaturas (2023) convenció al público con una apuesta audaz y arriesgada

aproximada de 15 estrenos amplios al año en Estados Unidos, y la última compañía que alcanzó los 30 fue Time Warner en 2007. A ello se suma la concentración empresarial: la absorción de Fox por Disney redujo de seis a cinco el número de grandes estudios. El resultado es una oferta más escasa y una inversión cada vez más concentrada en un puñado de lanzamientos globales, casi siempre vinculados a franquicias o marcas reconocibles. No solo se ha debilitado la demanda de películas medias: Hollywood ha reducido también la oferta capaz de alimentarla.



En el extremo contrario aparece el gran vencedor: el terror. Antes de la pandemia ya funcionaban *Múltiple*, *Annabelle: Creation*, *Déjame salir*, *Un lugar tranquilo*, *Nosotros* o *Escape Room*. Después han tomado el relevo *Five Nights at Freddy's*, *La monja II*, *M3GAN*, *Háblame*, *Smile 2*, *La sustancia*, *Terrifier 3*, *Longlegs*, *Weapons* o *Los pecadores*. Con costes controlados, un público joven y una experiencia colectiva que gana fuerza en las salas, el género se ha convertido en uno de los pocos territorios donde todavía caben la originalidad, el riesgo y la creación de nuevas franquicias.

En suma, la caída de la clase media coincide casi exactamente con la contracción del conjunto del mercado. No estamos ante su desaparición, pero sí ante un espacio más estrecho, ocupado por menos películas y menos diverso que antes, mientras los grandes *blockbusters* y el cine convertido en acontecimiento resisten mejor el envite. No hay peor batalla que la que se da por perdida. El éxito continuado de algunos dramas de prestigio y comedias internacionales permite pensar que ese público no ha desaparecido, aunque acuda con menor frecuencia a las salas. Puede existir una demanda desatendida por unos grandes estudios que han reducido la producción y promoción de estas películas. El cine independiente y el español comienzan a ocupar parte de ese espacio con títulos como Sirât, Los domingos, El ser querido o La bola negra. Ahí existe un posible terreno de crecimiento. ¿Por qué conformarse con recuperar los números anteriores a la pandemia cuando el mercado ha demostrado que puede llegar todavía más lejos? BO

RESULTADOS CLASE MEDIA 2023 A 2025

AÑO	PELÍCULAS	RECAUDACIÓN CONJUNTA	MEDIA POR PELÍCULA
2023	35	162,40 M€	4,64 M€
2024	37	172,44 M€	4,66 M€
2025	36	163,89 M€	4,55 M€
Total	**108**	**498,72 M€**	**4,62 M€**

FUENTE: ICAA, Rentrak, Elaboración Box Office

PESO CLASE MEDIA SOBRE LA TAQUILLA TOTAL

PERIODO	TAQUILLA TOTAL	CLASE MEDIA INTERNACIONAL	CUOTA
2017-2019	1.796,70 M€	638,53 M€	**35,54%**
2023-2025	1.430,60 M€	498,72 M€	**34,86%**

FUENTE: ICAA, Rentrak, Elaboración Box Office

EVOLUCIÓN ANUAL PESO CLASE MEDIA SOBRE TAQUILLA TOTAL

AÑO	CLASE MEDIA	MERCADO TOTAL	PESO
2017	242,92 M€	597,0 M€	**40,70%**
2018	208,50 M€	585,0 M€	**35,60%**
2019	187,11 M€	614,7 M€	**30,40%**
2023	162,40 M€	493,0 M€	**32,90%**
2024	172,44 M€	484,6 M€	**35,60%**
2025	163,89 M€	453,0 M€	**36,20%**

FUENTE: ICAA, Rentrak, Elaboración Box Office

© courtesy of Diamond Films (1), Sony (1), Disney (1), Warner (3), DeAPlaneta (1)

«EL PÚBLICO NUNCA ABANDONÓ LOS CINES: LO QUE FALTABAN ERAN PELÍCULAS»

CEO DE LOS CINES FILMAX GRAN VÍA DE BARCELONA, **JAIME TARRAZÓN** ES EL PRIMER PRESIDENTE ESPAÑOL DE LA **UNIÓN INTERNACIONAL DE CINES (UNIC).** ANALIZA LOS RETOS DE LA EXHIBICIÓN EUROPEA, LA RECUPERACIÓN DE LA TAQUILLA, LA RELACIÓN CON LAS INSTITUCIONES Y LA NECESIDAD DE MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL ESPECTADOR

por **Juan Sardà Frouchtmann**

Cómo recibe su nombramiento como presidente de UNIC para los próximos dos años? ¿Es la culminación de una larga trayectoria en defensa de la exhibición?

Es un honor y también una responsabilidad. Valoro especialmente que me haya elegido una amplia mayoría de los miembros de UNIC, tanto las federaciones nacionales como los grandes operadores. Siempre es bonito que los tuyos reconozcan el trabajo que has realizado. También supone la culminación de un largo periodo de actividad dedicado, en representación de FECE, a defender los intereses de la exhibición. Me incorporé en 2013, cuando UNIC trasladó su sede de París a Bruselas. Si una organización quiere realizar una verdadera labor de interlocución europea, debe estar donde se toman las decisiones. Desde entonces se ha profesionalizado enormemente: empezamos con una sola persona y ahora contamos con un equipo de cinco profesionales dirigido por nuestra CEO, Laura Houlgatte.

¿Qué conocimiento del sector europeo le ha proporcionado su trayectoria dentro de la organización?

UNIC se ocupa de todos los asuntos legislativos y normativos europeos que pueden afectar a la exhibición. Durante estos años hemos logrado construir una reputación en Bruselas y reivindicar el peso de las salas dentro de la cadena de valor. Históricamente, cuando se hablaba de cine, las instituciones prestaban atención sobre todo a la producción y, en ocasiones, a la distribución. Los exhibidores éramos los menos tenidos en cuenta. Eso está cambiando. Cuando se plantea una iniciativa legislativa que afecta al cine, UNIC puede expresar su posición y nuestros argumentos son escuchados. Pero es una tarea que nunca termina. La Unión Europea funciona por ciclos: cada vez que cambian el Parlamento o la Comisión hay que explicar a los nuevos representantes cómo funciona el sector y qué importancia tiene.

¿Cuáles son ahora las principales prioridades de UNIC ante las instituciones europeas?

Una cuestión fundamental es el presupuesto de la Unión Europea para el periodo 2028-2034. Estamos defendiendo, junto con otras instituciones culturales, que se mantenga el apoyo a la cultura e incluso que se incrementen sus partidas. En la nueva estructura se han incorporado la prensa, los medios de comunicación y otras actividades dentro de un mismo ámbito. Nos preocupa que esa ampliación pueda perjudicar a los recursos destinados específicamente al cine.

En paralelo, seguimos reivindicando la función de las salas. Somos el contacto directo con el público y el último eslabón en la presentación de una obra cultural. No me gusta llamar "contenido" a una película: nosotros exhibimos películas. Detrás de cada una existe un enorme trabajo creativo y económico, y las salas tenemos la responsabilidad de presentarlo en las mejores condiciones. Por este motivo los cines se transforman continuamente, tanto en tecnología como en comodidad, para estar a la altura de las obras y de los espectadores.

¿Qué papel desempeñan CineEurope y los Cinema Days dentro de esa labor?

Son las dos grandes actividades anuales de UNIC. CineEurope, que se celebra cada junio en Barcelona, es una convención abierta a los profesionales. Las distribuidoras, tanto los grandes estudios como las compañías independientes, presentan sus próximos estrenos; además, hay semi-

Jaime Tarrazón es el primer presidente español de la Unión Internacional de Cines (UNIC)

narios, actividades formativas y una feria de equipamiento. Es la gran cita europea de la exhibición. Los estudios de Hollywood solo se desplazan conjuntamente fuera de Los Ángeles en contadas ocasiones. Una de ellas es CinemaCon, en Las Vegas, y otra CineEurope. Que acudan a Barcelona y que el encuentro se celebre en España tiene una enorme importancia que quizá no siempre valoramos lo suficiente. Los Cinema Days, en cambio, son una reunión por invitación de alrededor de 150 profesionales relevantes de todos los ámbitos de la industria del cine. Funcionan como un *think tank*: permiten analizar los problemas del sector, anticipar sus retos y orientar las líneas futuras de la organización.

Su antecesor, Phil Clapp, tenía una presencia muy destacada en CineEurope. ¿Cambiará ese modelo?

La presencia del presidente no responde a una voluntad de protagonismo personal, sino al programa de la organización. Phil es una persona muy carismática y ha desempeñado muy bien esa función, pero seguirá formando parte del consejo de UNIC. No tendría sentido prescindir de alguien con su experiencia y su bagaje. Hay que agradecerle su enorme dedicación. Durante la pandemia permaneció en primera línea, defendiendo los intereses de la exhibición. Además del equipo profesional, uno de los grandes activos de UNIC es su consejo de gobierno. Sus ocho miembros dedican mucho tiempo a esta labor. Los resultados de la organización son consecuencia de esa suma de esfuerzos.



El board de UNIC: desde la izq. Simone Gialdini (Italia), Richard Patry (Francia), Jaime Tarrazón (España), la CEO de UNIC Laura Houlgatte, Phil Clapp (Reino Unido), Edna Epelbaum (Suizo), Christine Berg (Alemania), Thierry Laermans (Bélgica), Tomasz Jagiełło (Polonia)

Ha señalado que una de sus prioridades será fortalecer la unidad del sector. ¿Cómo puede conseguirse?

UNIC reúne territorios, federaciones y empresas muy diferentes. No interviene en las relaciones comerciales ni pretende uniformar los mercados, pero sí facilita el intercambio de información y buenas prácticas. Podemos aprender mucho de las experiencias de otros países.

Mi objetivo es que, cuando termine el mandato, los miembros se sientan todavía más identificados con UNIC y consideren que la organización es más relevante para ellos. UNIC debe concentrarse en Bruselas y, al mismo tiempo, estar preparada para responder a las necesidades de las federaciones nacionales, proporcionándoles datos, ejemplos europeos o apoyo técnico cuando lo soliciten. ❯





Imágenes de CineEurope, el gran evento de UNIC que se celebra en junio en Barcelona

¿Defiende UNIC que las ventanas de exhibición se regulen por ley?

UNIC defiende la importancia del concepto de ventana, pero no una duración concreta ni una fórmula única. En Europa existen modelos muy distintos. Francia cuenta con una cronología de medios regulada y desarrollada durante muchos años, mientras que otros países funcionan de otra manera. Es imposible homologar situaciones tan diversas. Cada federación debe defender la solución que considere más adecuada para su territorio. En España, FECE sí ha pedido una regulación legal de la ventana, pero su incorporación a la futura Ley del Cine dependerá del Gobierno.

FECE también reclama la supresión de la cuota de pantalla del 25% a cine europeo e iberoamericana. ¿Respalda esta demanda?

Es una reivindicación histórica. Consideramos que la cuota no ha demostrado que aumente la presencia real ni el consumo de cine nacional. La libertad de programación de las salas puede compatibilizarse con el apoyo a cinematografías minoritarias mediante una herramienta mucho más efectiva: la promoción. En Europa se dedica a promoción un porcentaje muy reducido del presupuesto de las películas, mientras que las producciones estadounidenses realizan inversiones muchísimo mayores. No basta con producir y estrenar una obra: hay que darla a conocer y despertar el interés del público. En un entorno con una oferta audiovisual inmensa, resulta esencial saber comunicar cada película. El cine que interesa al público existe, pero el espectador tiene que saber que existe.

La taquilla española crece este año por encima del 30%. ¿Estamos ante un cambio de ciclo?

Es un cambio muy importante, aunque quizá todavía no hablaría de un nuevo ciclo. Desde la pandemia he defendido que el problema no era una pérdida de interés del público, sino la falta de un flujo constante de películas atractivas. En los últimos años siempre hubo períodos con una carencia evidente de grandes estrenos. Con dos meses buenos y diez malos es imposible que las empresas no sufran. Primero se interrumpió la producción durante la pandemia y después llegaron las huelgas de Hollywood. Una película necesita entre dos y cuatro años para completarse. Cuando paralizas ese proceso, no puedes reanudarlo de un día para otro: hay que recuperar directores, actores y equipos, rodar y afrontar la posproducción. Hemos tardado cinco años en recuperar un ritmo normal de estrenos. El público nunca abandonó los cines; lo que faltaban eran películas.

También se ha repetido que los jóvenes han dejado de acudir a las salas.

Nunca se fueron. Si no existen películas dirigidas a ellos o no se promocionan a través de sus canales, lógicamente no acuden. Después de la pandemia escuché simultáneamente que en Italia no regresaban los mayores y que en Francia no volvían los jóvenes. La diferencia era muy sencilla: un mercado tenía películas para el público joven y el otro para espectadores adultos. Las nuevas generaciones toman muchas de sus decisiones a través de las redes sociales, los creadores digitales y nuevas formas de prescripción. Debemos saber llegar hasta ellos. Incluso los más jóvenes valoran especialmente el cine como una experiencia compartida. Los tiempos han cambiado y seguirán cambiando; lo importante es saber adaptarse.

Dentro de este panorama positivo persiste una fuerte polarización de la taquilla. ¿Cómo puede ampliarse el espacio para las películas de rendimiento medio?

La concentración es una realidad, pero no afecta solo al cine. También sucede en las plataformas, la televisión y cualquier ámbito cultural. Existe una oferta enorme y el tiempo del público es limitado. El problema decisivo ya no es la disponibilidad de obras, sino la capacidad para seleccionarlas y hacerlas visibles. Para que las películas medianas o pequeñas crezcan hay que invertir más en comunicación y promoción. El público no puede interesarse por una obra cuya existencia desconoce. Hay más oferta que nunca, pero la atención sigue siendo limitada.

¿Dónde se encuentra el principal margen de mejora de los cines?

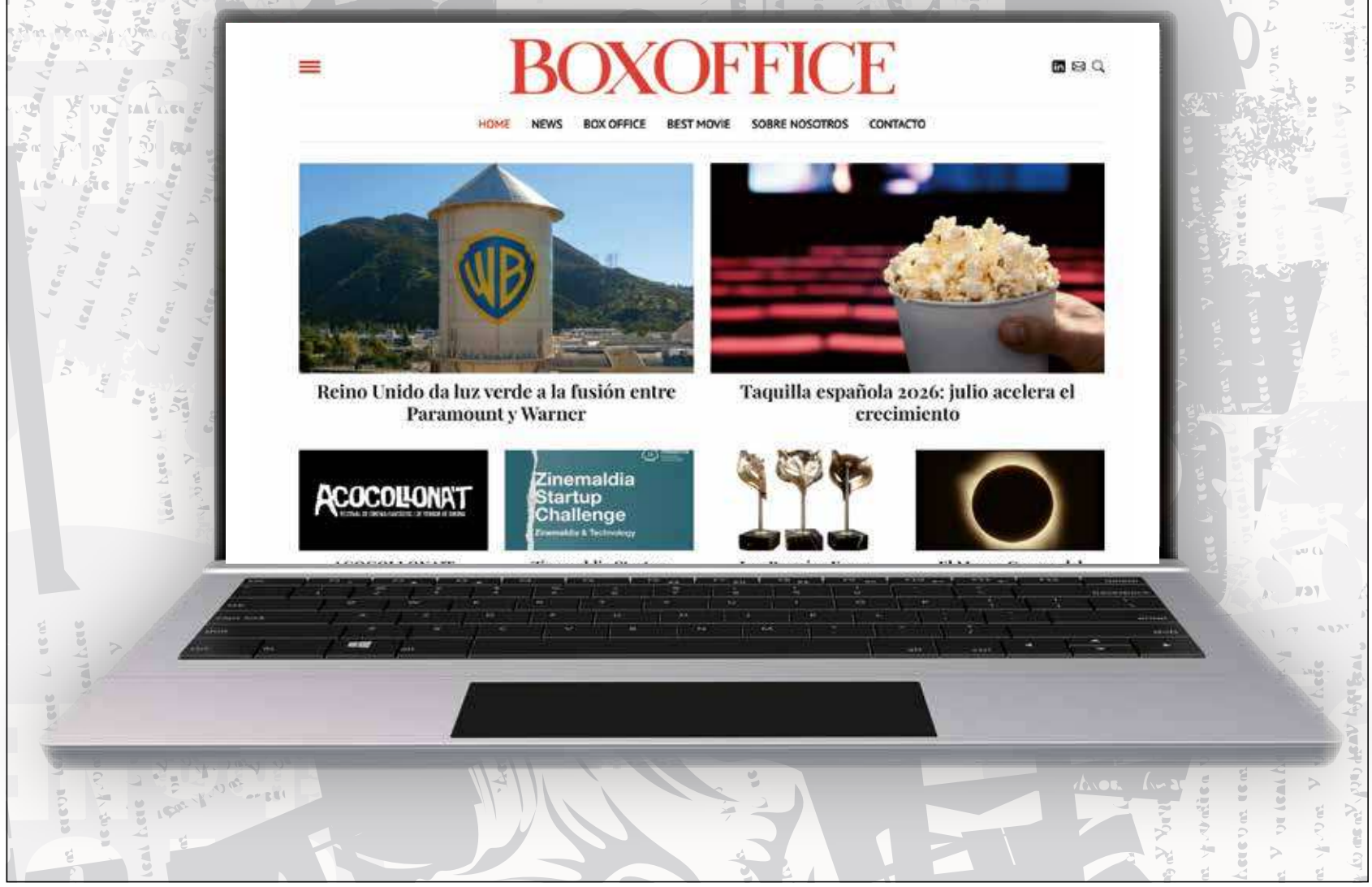
En la comunicación y en la experiencia del espectador. Hay que invertir en comodidad, tecnología de proyección, formatos especiales, venta de entradas, restauración y nuevos servicios. El sistema de *ticketing*, por ejemplo, no es únicamente una herramienta de venta, sino también una vía de relación directa con el público. El sector quedó financieramente muy afectado por la crisis de 2008 y, cuando empezaba a recuperarse, sufrió la pandemia. Por eso son importantes las ayudas que faciliten nuevos procesos de inversión. Pero la clave es invertir en aquello que demanda cada público. Las nuevas generaciones, cuando eligen una actividad, quieren vivir algo especial. Nuestro gran reto es saber qué buscan y ser capaces de ofrecérselo. BO

© courtesy of Jaime Tarrazon (1), Duesse Media Network (2)

Para estar al día

suscríbase aquí

a nuestra newsletter



WWW.BOX-OFFICE.ES

EL MEJOR VERANO DESDE 2019

CON UNA TAQUILLA DE 182 MILLONES DE EUROS Y MÁS DE 25 MILLONES DE ESPECTADORES ENTRE JUNIO, JULIO Y AGOSTO, LA RECAUDACIÓN HA AUMENTADO UN 29% RESPECTO AL VERANO DE 2025 Y EL CONJUNTO DEL AÑO YA SE SITÚA UN 36% POR ENCIMA SEGÚN RENTRAK. *SPIDER-MAN*, *LA ODISEA*, *TOY STORY 5*, *MINIONS & MONSTERS*, *OBSESSION* Y EL ÉXITO DE ÚLTIMA HORA DE *TADEO JONES* MARCAN UNA TEMPORADA DE RÉCORDS. LA POLARIZACIÓN, UNA ASISTENCIA TODAVÍA INFERIOR A LA DE 2019 Y LOS MALOS RESULTADOS DEL CINE ESPAÑOL CONSTITUYEN SUS PRINCIPALES PUNTOS OSCUROS

por **Juan Sardà Frouchtmann**



Spider-Man: Brand New Day ha impulsado la taquilla de agosto un 73% por encima de 2025

El año empezó bien con *Avatar: Fuego y ceniza* y *La asistenta*; continuó mejor con *Torrente, presidente*, *Michael*, *Super Mario Galaxy*, *Proyecto Salvación* y *El diablo viste de Prada 2*. Después, el sol salió en verano con *El día de la revelación* (Universal) y *Backrooms* (Elástica), calentó todavía más con *Toy Story 5* (Disney) y *Obsession* (Universal) y acabó brillando con enorme intensidad en julio y, sobre todo, en un agosto histórico. Lo hizo gracias a los inmensos éxitos de *La Odisea*, quizá más previsible, y *Spider-Man: Brand New Day* (Sony), que, con 37 millones de euros al despuntar septiembre, va camino de convertirse en una de las películas más taquilleras de la historia en España.

El verano ha ido de menos a más. Según datos de Rentrak, junio estuvo solo 1,4 millones de euros por encima de 2025, con 42,15 millones de recaudación. En julio, la brecha respecto al año pasado se amplió hasta casi

EVOLUCIÓN RECAUDACIÓN Y ESPECTADORES POR MESES 2019 A 2026 (YTD)

	2026		2025		2024	
	RECAUDACIÓN	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN	ESPECTADORES
Enero	52.499.319 €	7.036.579	37.168.516 €	5.304.812	31.798.904 €	4.777.763
Febrero	36.300.243 €	5.154.303	28.734.268 €	4.158.992	26.930.167 €	3.980.887
Marzo	50.542.239 €	6.948.145	29.433.152 €	4.210.967	42.170.425 €	5.977.055
Abril	51.172.129 €	7.006.750	36.301.456 €	5.155.724	21.953.184 €	3.218.729
Mayo	42.401.704 €	5.691.252	32.651.719 €	4.548.449	26.994.942 €	3.905.106
Junio	42.151.054 €	6.410.194	40.778.883 €	6.316.375	43.928.316 €	6.854.056
Julio	66.609.887 €	9.284.404	57.140.952 €	8.204.216	59.688.805 €	9.047.864
Agosto	73.266.420 €	9.951.854	42.819.188 €	6.242.714	54.852.760 €	8.207.427
Septiembre			36.344.369 €	5.111.779	31.724.919 €	4.733.875
Octubre			27.051.562 €	3.881.462	36.405.500 €	5.384.106
Noviembre			35.264.396 €	5.365.863	50.050.172 €	7.786.580
Diciembre			51.494.541 €	6.856.734	53.049.237 €	7.577.243
Total	**414.942.995 €**	**57.483.481**	**455.183.002 €**	**65.358.087**	**479.547.331 €**	**71.450.691**

Fuente: Rentrak

Tadeo Jones y la lámpara maravillosa, éxito de última hora del cine nacional





La Odisea ha destacado por su excelente mantenimiento semana a semana



diez millones, con 66,6 millones. La explosión llegó en un agosto para la historia que, con una taquilla de 73,3 millones, superó en un 71% la recaudación del mismo mes de 2025, que —todo hay que decirlo— cerró un verano terrible.

El rendimiento no solo ha sido mucho mejor que el del año pasado, sino el mejor desde la pandemia: supera en un 14,8% al verano de 2023, marcado por los fenómenos de *Barbie* y *Oppenheimer*. La comparación resulta menos halagüeña si se atiende a los datos de 2019. Este verano ha rebasado en ocho millones los 174 millones recaudados entonces, por lo que el *sorpasso* puede darse por oficial en términos económicos. Sin embargo, ese avance se explica por el aumento del precio medio de la entrada, que ha pasado de 5,70 euros en 2019 a 6,44 en 2023, 6,78 el año pasado y 7,10 en 2026. Por el camino se han perdido 4,9 millones de espectadores. De haber recuperado también ese público, la taquilla veraniega habría rondado los 217 millones de euros y alcanzado una cota verdaderamente histórica.

Han corrido ríos de tinta entre los analistas sobre la crisis del modelo de franquicias de Hollywood, la fatiga de los superhéroes e incluso el propio futuro de los cines. Los resultados de 2026, y muy particularmente los del verano, han pulverizado todos esos augurios. *Spider-Man* ha brillado. Cada nueva película, en lugar de recaudar menos que la anterior, amplía de forma considerable su audiencia. La primera entrega del reinicio de la saga, estrenada en 2017, convocó a 1,75 millones de espectadores; la segunda, en 2019, a 2,25 millones; y la tercera, lanzada en el difícil 2021 y todavía bajo restricciones de aforo, llegó a los 4,47 millones. La cuarta rozaba a finales de agosto los cinco millones ❯

2023		2022		2021		2020		2019	
RECAUDACIÓN	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN	ESPECTADORES
42.003.008 €	6.145.293	26.060.553 €	4.048.158	7.212.421 €	1.143.237	46.997.216 €	7.544.934	44.635.865 €	7.498.564
27.301.246 €	4.083.045	23.915.987 €	3.768.780	2.826.907 €	454.595	42.503.192 €	7.011.882	38.194.122 €	6.287.578
2.880.377 €	4.394.900	27.576.095 €	4.287.724	8.611.996 €	1.447.443	11.851.116 €	1.994.980	46.821.765 €	7.688.481
44.877.191 €	6.893.662	32.213.097 €	5.052.641	13.551.134 €	2.221.623	-	-	62.403.697 €	10.154.311
39.897.640 €	6.410.628	26.360.769 €	4.346.084	10.813.355 €	1.799.817	17.188 €	3.226	42.650.850 €	6.912.945
32.760.920 €	5.033.590	30.379.064 €	4.779.395	15.010.841 €	2.442.873	982.071 €	191.317	43.572.044 €	8.182.547
63.972.352 €	9.807.417	49.514.544 €	8.043.612	32.232.198 €	5.319.193	6.793.806 €	1.240.365	65.079.892 €	11.245.127
61.759.649 €	9.782.589	34.588.183 €	5.799.194	29.522.323 €	4.979.639	18.212.996 €	3.182.485	65.323.823 €	11.102.958
32.596.520 €	4.931.758	23.472.703 €	3.723.488	26.734.454 €	4.756.347	17.283.090 €	2.853.716	41.608.857 €	6.899.715
33.418.296 €	5.450.724	32.676.272 €	5.512.850	34.709.997 €	5.426.150	12.268.146 €	2.004.503	61.470.529 €	11.284.161
36.329.864 €	5.468.118	24.726.865 €	3.856.224	27.007.138 €	4.310.501	5.210.083 €	862.582	53.431.642 €	8.740.102
47.834.529 €	7.070.531	45.330.123 €	6.777.418	44.456.070 €	7.124.991	12.029.160 €	1.985.980	59.153.619 €	9.591.233
465.631.592 €	**75.472.255**	**376.814.255 €**	**59.995.568**	**252.688.834 €**	**41.426.409**	**174.148.064 €**	**28.875.970**	**624.346.705 €**	**105.587.722**

TOP 50 INTERNACIONAL JUNIO, JULIO Y AGOSTO 2026

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN DEL PERIODO	ESPECTADORES DEL PERIODO	RECAUDACIÓN ACUMULADA	ESPECTADORES ACUMULADOS
1	Spider-Man: Brand New Day	Sony	29/07/26	37.015.571 €	4.998.354	37.015.571 €	4.998.354
2	Odisea, La	Universal	17/07/26	35.223.582 €	4.522.263	35.223.582 €	4.522.263
3	Toy Story 5	Walt Disney	17/06/26	19.606.791 €	2.774.199	19.606.791 €	2.774.199
4	Minions & Monsters	Universal	01/07/26	13.548.641 €	1.983.130	13.548.641 €	1.983.130
5	Obsession	Universal	26/06/26	9.536.229 €	1.324.061	9.536.229 €	1.324.061
6	Vaiana	Walt Disney	08/07/26	8.343.888 €	1.196.520	8.343.888 €	1.196.520
7	Dia de la revelacion, El	Universal	12/06/26	7.731.421 €	1.030.362	7.731.421 €	1.030.362
8	Backrooms	Elastica	05/06/26	6.466.371 €	1.012.477	6.466.371 €	1.012.477
9	Scary Movie	Paramount Int'l	05/06/26	4.073.271 €	671.861	4.073.271 €	671.861
10	Michael	Universal	22/04/26	3.378.451 €	526.948	24.286.598 €	3.284.449
11	Insidious: Fuera del mas alla	Sony	21/08/26	3.324.866 €	462.473	3.324.866 €	462.473
12	Final de Oak Street, El	Warner Bros	14/08/26	2.835.868 €	398.640	2.835.868 €	398.640
13	Patrulla Canina: La Dino pelicula, La	Paramount Int'l	07/08/26	2.416.071 €	347.465	2.416.071 €	347.465
14	Mandalorian & Grogu, The	Walt Disney	21/05/26	2.394.405 €	347.988	4.941.620 €	669.097
15	Drama, El	Diamond Films	29/05/26	2.067.424 €	350.869	2.090.461 €	354.480
16	He-Man y los Masters del Universo	Sony	05/06/26	1.522.874 €	252.361	1.522.874 €	252.361
17	Posesion infernal: En llamas	Sony	17/07/26	1.510.049 €	209.762	1.510.049 €	209.762
18	Supergirl: Woman of Tomorrow	Warner Bros	26/06/26	1.445.919 €	199.901	1.445.919 €	199.901
19	Diablo viste de Prada 2, El	Walt Disney	30/04/26	1.122.776 €	178.045	11.116.360 €	1.476.439
20	Harry Potter y la piedra filosofal	Warner Bros	30/11/01	911.032 €	122.450	28.449.178 €	6.318.325
21	Motin, El	DeAPlaneta	21/08/26	870.879 €	124.029	870.879 €	124.029
22	Constelación del Perro, La	Walt Disney	26/08/26	836.303 €	115.323	836.303 €	115.323
23	Marsupilami	Youplanet Distribution	12/08/26	725.117 €	111.529	725.117 €	111.529
24	Super Mario Galaxy La Película	Universal	01/04/26	599.485 €	101.585	21.499.733 €	2.971.568
25	Ovejas detectives, Las	Sony	08/05/26	435.919 €	76.809	1.681.017 €	260.330
26	Señor de los Anillos: El Retorno del Rey (re: 2026), El	Warner Bros	29/05/26	379.834 €	56.760	379.834 €	56.760
27	Fast and the Furious, The (re)	Universal	21/08/26	377.466 €	49.912	377.466 €	49.912
28	Palestina 36	Aventura Cine	14/08/26	261.051 €	40.271	261.286 €	40.420
29	Shrek 25 Aniversario	Universal	29/05/26	244.731 €	42.051	244.731 €	42.051
30	Muerte de Robin Hood, La	DeAPlaneta	03/07/26	244.458 €	36.624	244.458 €	36.624
31	Pasajero nocturno, El	Paramount Int'l	22/05/26	243.718 €	40.080	508.166 €	78.011
32	Una noche al año	Universal	26/08/26	243.291 €	34.873	243.291 €	34.873
33	Akira 4K (re)	SelectaVisión	03/07/26	215.981 €	32.615	215.981 €	32.615
34	Ultima ronda en Venecia, La	Aventura Cine	31/07/26	197.351 €	30.854	197.351 €	30.854
35	Copia perfecta, La	Adso Films	10/07/26	189.542 €	28.729	189.542 €	28.729
36	Musicos, Los	Aventura Cine	03/07/26	174.891 €	26.573	174.891 €	26.573
37	Cuenta atras	Diamond Films	14/08/26	149.953 €	23.281	149.953 €	23.281
38	Un taxi en Tokio	A Contracorriente	10/07/26	132.686 €	20.537	132.686 €	20.537
39	Asesinato en la 3ª planta	A Contracorriente	22/05/26	127.159 €	21.644	233.226 €	38.603
40	Proyecto salvacion	Sony	27/03/26	110.536 €	18.945	9.420.570 €	1.247.340
41	Hokum	Beta Fiction	15/05/26	108.092 €	17.763	556.432 €	84.850
42	Un talento unico	Diamond Films	12/06/26	102.899 €	15.928	102.899 €	15.928
43	Omaha	Avalon Distribución	17/07/26	85.094 €	13.904	85.094 €	13.904
44	Mother Mary	Elastica	31/07/26	82.234 €	12.946	82.234 €	12.946
45	Atrapa el millon	A Contracorriente	29/07/26	80.449 €	12.881	80.449 €	12.881
46	Amor que permanece, El	Elastica	07/08/26	77.962 €	12.311	77.962 €	12.311
47	Ultimos dias de Maria Antonieta, Los	Filmax	26/06/26	74.771 €	11.515	74.771 €	11.515
48	Sueño americano, El	DeAPlaneta	24/07/26	72.130 €	11.107	72.130 €	11.107
49	Normal	Vertice	01/07/26	68.910 €	11.138	68.910 €	11.138
50	Este/Oeste	A Contracorriente	14/08/26	64.022 €	10.074	64.022 €	10.074

Fuente: Rentrak





Tres de más, una comedia familiar con sello español

de entradas. La proliferación de camisetas del Hombre Araña entre la generación Z también resulta significativa: el torturado y solitario Spidey moderno se ha convertido en un icono para unos jóvenes que se ven reflejados en él.

La Odisea llegaba con buenos augurios gracias a su mezcla de espectáculo y prestigio cultural y a la firma de un peso pesadísimo como Christopher Nolan, pero su resultado no carece de enorme mérito. Estrenada el 17 de julio, la adaptación del clásico de Homero acumulaba a finales de agosto 35,2 millones de euros. Su mantenimiento, además, ha sido excelente: en su séptima semana en los cines todavía recaudaba 930.000 euros y superaba a *Spider-Man*, demostrando que su éxito se apoya en un público muy amplio, que va desde el cinéfilo adulto hasta la audiencia más joven del *blockbuster*. Con 4,5 millones de espectadores, ya es la película de Nolan más vista en España, por encima del fenómeno *Oppenheimer*, que reunió 3,17 millones de entradas y marcó el verano de 2023 con el célebre "Barbenheimer".

OTROS ÉXITOS

El superhéroe arácnido y la adaptación de Homero suman conjuntamente más de 72 millones de euros, cerca del 40% de toda la taquilla estival. Es una polarización muy acusada que, sin embargo, también ha dejado espacio para otros títulos de Hollywood que, sin alcanzar las cotas supersónicas de ambos filmes, han funcionado muy bien.

Toy Story 5 regresó el 17 de junio, siete años después de una cuarta entrega que rozó los 3,9 millones de espectadores. Esta quinta parte ha superado los 2,7 millones, cumpliendo con nota las mejores expectativas. Disney ha





Haciendo amigos ha cumplido pero sin arrasar

TOP 20 CINE ESPAÑOL JUNIO, JULIO Y AGOSTO 2026

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN DEL PERIODO	ESPECTADORES DEL PERIODO	RECAUDACIÓN ACUMULADA	ESPECTADORES ACUMULADOS
1	Tadeo Jones y la lámpara maravillosa	Paramount Int'l	26/08/26	3.029.439 €	461.258	3.029.439 €	461.258
2	Haciendo amigos	Sony	10/07/26	1.933.812 €	296.607	1.933.812 €	296.607
3	Tres de mas	Warner Bros	24/07/26	1.557.321 €	233.227	1.557.321 €	233.227
4	Todo lo que nunca fuimos	Warner Bros	05/06/26	925.706 €	173.461	925.706 €	173.461
5	Ser querido, El	A Contracorriente	26/08/26	908.433 €	131.486	908.433 €	131.486
6	Viaje al pais de los blancos	A Contracorriente	26/06/26	749.411 €	113.773	754.798 €	114.463
7	En mar abierto	DeAPlaneta	07/08/26	689.533 €	98.566	689.533 €	98.566
8	Luz, La	Walt Disney	05/06/26	474.647 €	87.850	474.647 €	87.850
9	Ultimo mono, El	Walt Disney	07/08/26	462.243 €	69.250	462.243 €	69.250
10	Cada dia nace un listo	A Contracorriente	05/06/26	278.624 €	57.758	279.113 €	57.991
11	Viva	Caramel Films	19/06/26	214.755 €	31.645	214.755 €	31.645
12	Pioneras: Solo querían jugar	Filmax	12/06/26	128.398 €	20.660	128.547 €	20.679
13	Mallorca confidencial	Filmax	29/05/26	116.383 €	20.391	117.319 €	20.549
14	Familia Beneton + 2, La	Beta Fiction	17/04/26	111.980 €	20.449	2.226.140 €	330.240
15	Corredora	Elastica	29/05/26	80.248 €	13.666	80.722 €	13.762
16	Silla, La	AF Pictures	29/05/26	70.026 €	11.086	71.287 €	11.390
17	Anfitrion, El	A Contracorriente	24/07/26	61.841 €	9.434	61.841 €	9.434
18	Ivan & Hadoum	Avalon Distribución	12/06/26	61.532 €	10.668	62.046 €	10.832
19	A fuego	A Contracorriente	21/08/26	60.805 €	8.912	60.805 €	8.912
20	Tal vez	Deep Com Roots	10/07/26	50.949 €	7.684	50.949 €	7.684

Fuente: Rentrak







Toy Story 5 ha dejado claro que la franquicia está muy viva

sufrido más con la versión de acción real de *Vaiana*, estrenada entre críticas poco halagüeñas y previsiones de fracaso. En Estados Unidos, donde ha recaudado 126 millones de dólares, sí ha pinchado, pero en España ha obtenido un resultado digno, aunque no espectacular, con 8,34 millones de euros.

También con el público familiar en la mirilla, sobre *Minions & Monsters* pesaba la duda de si la franquicia conservaba su vitalidad después de seis películas desde su nacimiento en 2010. Sus excelentes 13,5 millones de euros —lejos, eso sí, de los 20,5 millones de *Gru 4* en 2024— demuestran que el público continúa apoyándola.

La gran sorpresa, como sucede con frecuencia en la taquilla pospandemia, ha llegado de la mano del terror. En junio, *Backrooms*, una propuesta sofisticada con el sello de A24, reprodujo su éxito estadounidense y alcanzó una recaudación de 6,46 millones de euros. A finales del mismo mes, *Obsession*, con un presupuesto inferior al millón de dólares, se convirtió en un fenómeno todavía mayor al sumar 9,5 millones.

Las diez películas más taquilleras concentran nada menos que el 80% de la recaudación total. Completan ese grupo el buen regreso de Spielberg con *El día de la revelación* (7,7 millones), el tirón de la comedia *Scary Movie* (4 millones) y los casi 3,4 millones obtenidos durante el verano por *Michael*, que eleva su acumulado hasta unos extraordinarios 24,3 millones y se confirma como uno de los grandes éxitos del año.

UNIVERSAL Y SONY

Por distribuidoras, Universal repite como la *major* más exitosa tras la buena taquilla obtenida el año pasado con *Jurassic World: El renacer*. Gracias a *La Odisea*, pero también a *Minions & Monsters* y *Obsession*, ha rozado el 38% de la recaudación total. La gran triunfadora del conjunto del año está siendo Sony, que, después de arrancar con fuerza gracias a *Torrente, presidente, Aída y vuelta* y *Proyecto Salvación*, se ha comido el verano con el bombazo de *Spider-Man* y ha escalado a un 24,5% del mercado estival. Disney, acostumbrada durante los últimos años a alcanzar cuotas muy significativas, se ha tenido que conformar este verano con un 17,8%.

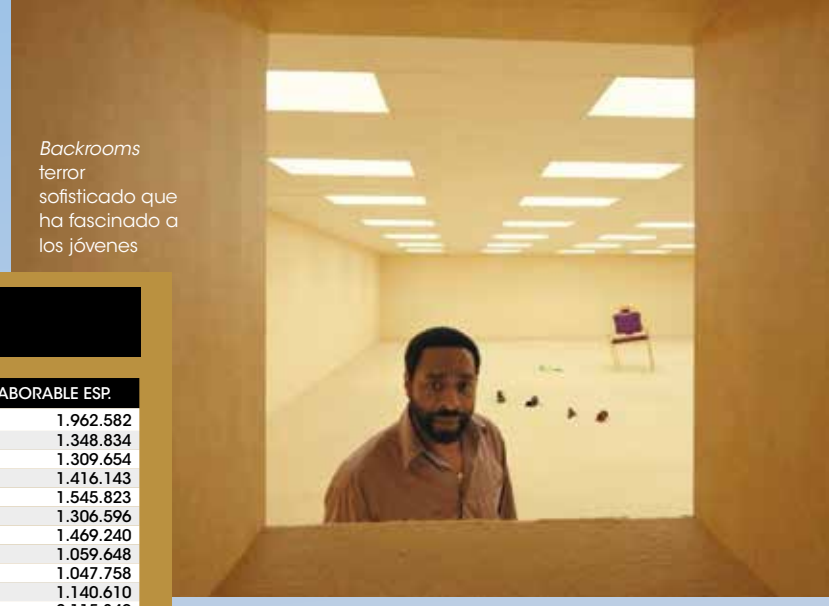
Todos los años, las distribuidoras independientes obtienen peores resultados durante el verano, dominado por el cine más *mainstream*. En 2025, las cinco *majors* concentraron el 90% de la recaudación y este 2026 el porcentaje ha sido prácticamente idéntico. Entre las independientes destaca el éxito de Elástica, que ha alcanzado un 3,6% del mercado gracias a *Backrooms*. Por su parte, los más de 900.000 euros recaudados por *El ser querido* durante sus primeros cinco días en las salas auguran una buena *rentrée* para A Contracorriente. También son notables los resultados de Diamond, con 2,45 millones de euros —2,07 de ellos procedentes de *El drama*—, y de DeAPlaneta, que ha sumado 1,93 millones y ha encontrado en *El motín* su mejor estreno, con 871.000 euros en apenas dos semanas.

El verano también ha dejado otro dato positivo: la transformación del ritmo semanal de asistencia. Si entre enero y mayo cerca de dos tercios de la recaudación se concentraban entre el viernes y el domingo, durante los meses estivales el peso del fin de semana cayó hasta el 51%. De hecho, en julio se recaudó más de lunes a jueves que durante los fines de semana. Más contundente resulta todavía el dato de ❯

CUOTA CINE ESPAÑOL JUNIO, JULIO Y AGOSTO 2026

	TOTAL MERCADO		CINE ESPAÑOL			
MES	RECAUDACIÓN 2026	ESPECTADORES 2026	RECAUDACIÓN TOTAL (€)	ESPECTADORES TOTALES	CUOTA €	CUOTA ESP
Junio	42.151.054 €	6.410.194	2.624.599 €	478.925	6%	7%
Julio	66.609.887 €	9.284.404	3.225.327 €	493.727	5%	5%
Agosto	73.266.420 €	9.951.854	6.540.242 €	983.535	9%	10%

Fuente: Rentrak



Backrooms terror sofisticado que ha fascinado a los jóvenes

LABORABLES VS FIN DE SEMANA 2026

SEMANA	NÚMERO	FIN DE SEMANA €	FIN DE SEMANA ESP.	LABORABLE €	LABORABLE ESP.
02/01/26	1	10.318.786 €	1.287.525	15.330.351 €	1.962.582
09/01/26	2	6.892.995 €	880.369	9.898.121 €	1.348.834
16/01/26	3	6.727.418 €	874.538	9.467.598 €	1.309.654
23/01/26	4	6.988.855 €	920.705	10.017.693 €	1.416.143
30/01/26	5	7.761.396 €	1.022.695	10.926.398 €	1.545.823
06/02/26	6	6.581.171 €	861.590	9.259.422 €	1.306.596
13/02/26	7	7.096.478 €	923.169	10.459.401 €	1.469.240
20/02/26	8	4.874.628 €	643.736	7.367.638 €	1.059.648
27/02/26	9	5.068.170 €	668.033	7.413.005 €	1.047.758
06/03/26	10	6.255.223 €	819.852	8.180.602 €	1.140.610
13/03/26	11	10.531.775 €	1.337.356	15.571.041 €	2.115.340
20/03/26	12	9.219.961 €	1.179.394	12.966.495 €	1.785.182
27/03/26	13	7.258.080 €	925.453	17.397.077 €	2.395.091
03/04/26	14	9.017.311 €	1.143.647	13.336.044 €	1.800.895
10/04/26	15	7.860.436 €	1.010.727	10.204.346 €	1.386.640
17/04/26	16	5.204.489 €	675.536	8.457.680 €	1.178.572
24/04/26	17	7.468.763 €	937.766	11.700.527 €	1.564.423
01/05/26	18	11.009.555 €	1.361.025	14.614.569 €	1.918.341
08/05/26	19	7.332.392 €	934.492	10.199.010 €	1.389.704
15/05/26	20	5.147.304 €	669.850	7.447.609 €	1.033.179
22/05/26	21	4.558.063 €	572.917	6.526.041 €	878.634
29/05/26	22	3.614.994 €	471.512	5.782.040 €	807.463
05/06/26	23	6.299.997 €	806.541	11.288.471 €	2.167.910
12/06/26	24	5.606.885 €	691.820	9.563.792 €	1.312.701
19/06/26	25	6.051.193 €	781.262	11.025.482 €	1.511.476
26/06/26	26	6.106.524 €	787.772	11.706.441 €	1.662.653
03/07/26	27	6.512.175 €	847.482	12.330.564 €	1.760.419
10/07/26	28	5.823.418 €	755.655	10.654.811 €	1.509.153
17/07/26	29	7.609.743 €	931.448	16.083.987 €	2.190.224
24/07/26	30	8.207.876 €	1.000.995	20.171.258 €	2.778.003
31/07/26	31	12.738.981 €	1.560.048	24.814.968 €	3.336.121
07/08/26	32	8.638.351 €	1.056.415	15.907.082 €	2.092.244
14/08/26	33	6.843.528 €	843.510	13.985.143 €	1.914.156
21/08/26	34	6.402.200 €	796.058	14.114.464 €	1.986.562
28/08/26	35	7.091.867 €	925.004	11.588.283 €	1.636.925

Fuente: Rentrak



Minions&Monsters ha sido un éxito en la séptima película de la IP

espectadores: el 54% de las entradas del verano se vendieron entre semana. El éxito de *La Odisea* y *Spider-Man* no se limitó, por tanto, a unos estrenos espectaculares, sino que convirtió las salas en una opción cotidiana de ocio durante las vacaciones.

EL CINE ESPAÑOL PINCHA

La nota más negativa del verano la protagoniza, sin duda, el pobre resultado del cine español. El año comenzó bien para las películas nacionales gracias al buen funcionamiento de la comedia familiar *Abuela tremenda* (2,8 millones), la sorpresa de *Aída y vuelta* (cinco millones), el bombazo histórico de *Torrente, presidente* (28,1 millones), el regreso de Almodóvar a una taquilla abultada con *Amarga Navidad* y sus 2,6 millones, y el buen rendimiento de la franquicia *La familia Benetón* (2,2 millones). Sin embargo, el frenazo durante el verano ha sido brusco.

A falta de una nueva entrega de *Padre no hay más que uno*, Bowfinger ha lanzado, con el nombre de Santiago Segura en el cartel, la comedia *Haciendo amigos*, versión de una exitosísima película francesa. Ha recaudado 1,9 millones de euros, una cifra digna, pero muy alejada de los 14 millones alcanzados por las últimas entre-

RANKING POR DISTRIBUIDORAS JUNIO, JULIO Y AGOSTO 2026

	DISTRIBUIDORA	N.º DE TÍTULOS	REC. DEL PERIODO	ESP. DEL PERIODO	CUOTA DE MERCADO	CUOTA DE ESP.	TÍTULO PRAL.	REC. DEL TÍTULO PRAL.	ESP. DEL TÍTULO PRAL.	PESO TÍTULO PRAL. EN LA REC. DE LA DISTRI.	PESO TÍTULO PRAL. EN LOS ESP. DE LA DISTRI.
1	Universal	28	70.973.588 €	9.630.030	37,96%	36,42%	Odisea, La	35.223.582 €	4.522.263	49,63%	46,96%
2	Sony	23	45.921.038 €	6.328.800	24,56%	23,93%	Spider-Man: Brand New Day	37.015.571 €	4.998.354	80,61%	78,98%
3	Walt Disney	18	33.277.346 €	4.776.500	17,80%	18,06%	Toy Story 5	19.606.791 €	2.774.199	58,92%	58,08%
4	Paramount Int'l	11	9.822.861 €	1.529.126	5,25%	5,78%	Scary Movie	4.073.271 €	671.861	41,47%	43,94%
5	Warner Bros	37	8.202.095 €	1.206.291	4,39%	4,56%	Final de Oak Street, El	2.835.868 €	398.640	34,57%	33,05%
6	Elastica	15	6.736.985 €	1.056.109	3,60%	3,99%	Backrooms	6.466.371 €	1.012.477	95,98%	95,87%
7	A Contracorriente	73	2.691.824 €	424.467	1,44%	1,61%	Ser querido, El	908.433 €	131.486	33,75%	30,98%
8	Diamond Films	9	2.450.751 €	410.817	1,31%	1,55%	Drama, El	2.067.424 €	350.869	84,36%	85,41%
9	DeAPlaneta	10	1.938.135 €	279.801	1,04%	1,06%	Motin, El	870.879 €	124.029	44,93%	44,33%
10	Youplanet Distribution	4	738.618 €	113.431	0,40%	0,43%	Marsupilami	725.117 €	111.529	98,17%	98,32%
11	Aventura Cine	6	710.811 €	111.032	0,38%	0,42%	Palestina 36	261.051 €	40.271	36,73%	36,27%
12	SelectaVisión	18	384.529 €	60.376	0,21%	0,23%	Akira 4K (re)	215.981 €	32.615	56,17%	54,02%
13	Filmax	14	349.184 €	57.690	0,19%	0,22%	Pioneras: Solo querían jugar	128.398 €	20.660	36,77%	35,81%
14	Caramel Films	9	267.741 €	40.891	0,14%	0,15%	Viva	214.755 €	31.645	80,21%	77,39%
15	Adso Films	8	249.039 €	39.759	0,13%	0,15%	Copia perfecta, La	189.542 €	28.729	76,11%	72,26%

Fuente: Rentrak





Vaiana ha funcionado mejor en España que en Estados Unidos

gas de la saga protagonizada por el propio Segura.

Ese hueco tampoco lo han cubierto los 1,5 millones de *Tres de más* (Warner), que no son precisamente para tirar cohetes. Con una cuota media de apenas el 6,8% durante los tres meses, el cine español ha encontrado cierto consuelo en el buen rendimiento de *Viaje al país de los blancos*, que ha recaudado 750.000 euros para A Contracorriente. Solo durante el último fin de semana de agosto comenzaron a cambiar las tornas, con el excelente estreno de *Tadeo Jones y la lámpara maravillosa* —tres millones en sus primeros cinco días— y los más de 900.000 euros de *El ser querido* (A Contracorriente).

TOP 50 TOTAL 2026 ENERO-AGOSTO 2026

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	FECHA DE ESTRENO	REC. DEL PERIODO	ESPECTADORES DEL PERIODO	REC. ACUM.	ESP. ACUM.
1	Spider-Man: Brand New Day	Sony	29/07/26	37.015.571 €	4.998.354	37.015.571 €	4.998.354
2	Odisea, La	Universal	17/07/26	35.223.582 €	4.522.263	35.223.582 €	4.522.263
3	Torrente, presidente	Sony	13/03/26	28.135.249 €	3.788.083	28.135.249 €	3.788.083
4	Michael	Universal	22/04/26	24.286.598 €	3.284.449	24.286.598 €	3.284.449
5	Super Mario Galaxy La Película	Universal	01/04/26	21.499.733 €	2.971.568	21.499.733 €	2.971.568
6	Toy Story 5	Walt Disney	17/06/26	19.606.791 €	2.774.199	19.606.791 €	2.774.199
7	Avatar: Fuego y ceniza	Walt Disney	19/12/25	15.888.675 €	1.826.317	35.066.332 €	4.094.589
8	Asistenta, La	Diamond Films	01/01/26	14.060.933 €	1.946.808	14.679.241 €	2.025.958
9	Minions & Monsters	Universal	01/07/26	13.548.641 €	1.983.130	13.548.641 €	1.983.130
10	Diablo viste de Prada 2, El	Walt Disney	30/04/26	11.116.360 €	1.476.439	11.116.360 €	1.476.439
11	Obsession	Universal	26/06/26	9.536.229 €	1.324.061	9.536.229 €	1.324.061
12	Proyecto salvacion	Sony	27/03/26	9.420.570 €	1.247.340	9.420.570 €	1.247.340
13	Vaiana	Walt Disney	08/07/26	8.343.888 €	1.196.520	8.343.888 €	1.196.520
14	Hoppers	Walt Disney	06/03/26	7.878.890 €	1.078.780	7.878.890 €	1.078.780
15	Cumbres borrascosas	Warner Bros	13/02/26	7.871.720 €	1.083.539	7.871.720 €	1.083.539
16	Dia de la revelacion, El	Universal	12/06/26	7.731.421 €	1.030.362	7.731.421 €	1.030.362
17	Hamnet	Universal	23/01/26	7.577.226 €	1.114.567	7.577.226 €	1.114.567
18	Backrooms	Elastica	05/06/26	6.466.371 €	1.012.477	6.466.371 €	1.012.477
19	Aida y vuelta	Sony	30/01/26	5.069.590 €	734.171	5.069.590 €	734.171
20	Zootropolis 2	Walt Disney	28/11/25	5.038.398 €	689.142	19.831.029 €	2.738.240
21	Mandalorian & Grogu, The	Walt Disney	21/05/26	4.941.620 €	669.097	4.941.620 €	669.097
22	Como cabras	Sony	13/02/26	4.163.482 €	600.898	4.163.482 €	600.898
23	Scary Movie	Paramount Int'l	05/06/26	4.073.271 €	671.861	4.073.271 €	671.861
24	Marty Supreme	Diamond Films	30/01/26	3.523.407 €	495.805	3.523.407 €	495.805
25	Momia de Lee Cronin, La	Warner Bros	17/04/26	3.464.315 €	465.836	3.464.315 €	465.836
26	Scream 7	Paramount Int'l	27/02/26	3.360.691 €	442.959	3.360.691 €	442.959
27	Insidious: Fuera del mas alla	Sony	21/08/26	3.324.866 €	462.473	3.324.866 €	462.473
28	Tadeo Jones y la lámpara maravillosa	Paramount Int'l	26/08/26	3.029.439 €	461.258	3.029.439 €	461.258
29	Final de Oak Street, El	Warner Bros	14/08/26	2.835.868 €	398.640	2.835.868 €	398.640
30	Abuela tremenda	Walt Disney	01/01/26	2.814.177 €	404.610	3.019.746 €	431.715
31	Amarga Navidad	Warner Bros	20/03/26	2.604.157 €	385.730	2.604.157 €	385.730
32	Patrulla Canina: La Dino pelicula, La	Paramount Int'l	07/08/26	2.416.071 €	347.465	2.416.071 €	347.465
33	Familia Beneton + 2, La	Beta Fiction	17/04/26	2.226.140 €	330.240	2.226.140 €	330.240
34	Drama, El	Diamond Films	29/05/26	2.090.461 €	354.480	2.090.461 €	354.480
35	Idolos	Warner Bros	23/01/26	2.082.165 €	291.712	2.082.165 €	291.712
36	Rondallas	Beta Fiction	01/01/26	1.963.420 €	304.007	2.066.484 €	318.338
37	Haciendo amigos	Sony	10/07/26	1.933.812 €	296.607	1.933.812 €	296.607
38	Ovejas detectives, Las	Sony	08/05/26	1.681.017 €	260.330	1.681.017 €	260.330
39	Rental family (Familia de alquiler)	Walt Disney	09/01/26	1.573.453 €	232.997	1.573.453 €	232.997
40	Tres de mas	Warner Bros	24/07/26	1.557.321 €	233.227	1.557.321 €	233.227
41	He-Man y los Masters del Universo	Sony	05/06/26	1.522.874 €	252.361	1.522.874 €	252.361
42	Posesion infernal: En llamas	Sony	17/07/26	1.510.049 €	209.762	1.510.049 €	209.762
43	28 años despues: El templo de los huesos	Sony	16/01/26	1.451.087 €	207.485	1.451.087 €	207.485
44	Supergirl: Woman of Tomorrow	Warner Bros	26/06/26	1.445.919 €	199.901	1.445.919 €	199.901
45	Tres adioses	Bteam Pictures	06/02/26	1.315.017 €	205.294	1.316.202 €	205.623
46	Balandrau, viento salvaje	Filmax	20/02/26	1.289.209 €	183.713	1.289.209 €	183.713
47	Ruta de escape	Sony	13/02/26	1.287.014 €	187.115	1.287.014 €	187.115
48	Greenland 2	Diamond Films	20/02/26	1.200.030 €	171.489	1.200.030 €	171.489
49	Mortal Kombat 2	Warner Bros	08/05/26	1.158.954 €	160.270	1.158.954 €	160.270
50	Incontrolable (I Swear)	SelectaVisión	10/04/26	1.104.009 €	172.759	1.104.009 €	172.759

Fuente: Rentrak

Este verano ha demostrado que existe un público joven y familiar dispuesto a ir al cine. El mercado, por tanto, habría podido crecer aún más si el cine español hubiera acertado mejor con su oferta o hubiera contado con un mayor número de títulos capaces de conectar con esa audiencia.

En conjunto, el balance invita al optimismo: cuando existe una oferta potente, variada y sostenida, el público responde y las salas recuperan su capacidad para generar auténticos fenómenos colectivos. Pero el récord también deja una advertencia. La enorme concentración de la recaudación, el dominio casi absoluto de las *majors* y la debilidad del cine español revelan que la recuperación todavía descansa sobre unos pocos títulos excepcionales. El gran reto para los próximos meses será transformar el fulgor de este verano en una asistencia más regular y repartir el éxito entre un número mayor de películas. BO

© courtesy of Sony (2), Universal (4), Disney (2), Paramount (1), Warner (1), Elastica (1)



Izq. Emily Blunt en *El día de la revelación*. Dcha. Imagen de *Obsession*

TAQUILLA NORTEAMERICANA DEL VERANO: UN PANORAMA POLARIZADO

LA TAQUILLA EN ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ CERRÓ EL VERANO DE 2026 CON MÁS DE 4.700 MILLONES DE DÓLARES, MIL MILLONES MÁS DE LOS 3.670 DEL TERRIBLE 2025 PARA CONVERTIRSE EN EL SEGUNDO VERANO MÁS TAQUILLERO DE LA HISTORIA, SOLO POR DEBAJO DE 2013. EL IMPACTO DE *SPIDER-MAN: BRAND NEW DAY* Y *LA ODISEA* FUE CLAVE Y PODRÍA SERVIR PARA SUPERAR LA BARRERA DE LOS 10.000 MILLONES A FINAL DE AÑO POR PRIMERA VEZ DESDE LA PANDEMIA. LA CAÍDA DE ESPECTADORES, SUPERIOR AL 30% Y LA POLARIZACIÓN, PUNTOS PROBLEMÁTICOS

por **Guillermo Galindo**

Contra todo pronóstico, el cine resurgió de sus cenizas a lo grande. Ni los más optimistas del sector imaginaban un verano así de prolífico en la taquilla norteamericana, que incluye a Estados Unidos y Canadá, con unos récords de taquilla nunca vistos. El verano americano, que contabiliza desde el 1 de mayo al Labor Day, este año celebrado el 7 de septiembre, cerró 2026 con una recaudación total de más de 4.700 millones de dólares, según datos de Rentrak. Se trata, en dólares puros y duros, del segundo mejor verano de la historia desde que se tienen registros, solo por detrás de los 4.756 millones de 2013.

Desgranando los cuatro meses de este largo verano americano, la tendencia al alza respecto al mismo periodo del año anterior – más del 20% – fue una constante de principio a fin. Tanto en mayo (1.063,4 M) como en junio (1.067,6 M) se registraron los mejores datos en estos meses desde la pandemia, gracias al buen rendimiento de títulos como *Toy Story 5*, *Michael*, *El diablo viste de Prada 2*, *Obsession* y *Backrooms*, pero sin unas tasas de concentración demasiado elevadas, lo que siempre es una buena noticia para la estabilidad de la industria.

La segunda mitad del verano mantuvo estos magníficos números, aunque con una concentración de taquilla mucho más acusada, ya que todos los focos se los llevaron *La Odisea* y *Spider-Man: Brand New Day*. En julio se recaudaron 1.178,4 millones de dólares, una cifra acorde a la media de



Toy Story 5 ya es la película más taquillera de la saga



La Odisea es la película más taquillera de la historia de Universal

los últimos años, pero *La Odisea* aglutinó más del 30% del total. Más llamativo fue el caso de *Spider-Man*, a la que solo le bastó un día (se estrenó el 31) para auparse hasta la segunda posición del mes.

Aquella fue la mejor carta de presentación para vaticinar lo que estaba por venir. La película protagonizada por Tom Holland ha pulverizado todos los registros en Norteamérica: firmó el mejor estreno nunca visto (510,1 M) – lo que supuso a la postre el fin de semana con mayor recaudación de la taquilla doméstica (634,4 M) – , y mantuvo su fuerza desde entonces hasta alzarse con el título de la película más taquillera de todos los tiempos en ese mercado. Solo desde este hito sin precedentes se explica que el de 2026 haya sido el mejor agosto de la historia, con 1.258 millones de dólares. Para poner en valor esta cifra, basta recordar que únicamente se habían superado los 1.000 millones en los meses de agosto de 2014 y 2016, y jamás se habían rozado los 1.100. De esos 1.258 millones de dólares recaudados en agosto de 2026, 722 pertenecieron a *Spider-Man: Brand New Day*, un insólito 57,4% que, al mismo tiempo, evidencia hasta qué punto los números están inflados por un enorme globo en forma de araña.

Spider-Man ha demostrado este verano vivir ajeno a la tan comentada "fatiga de superhéroes". Su comportamiento en taquilla está alejado de cualquier análisis y tendencia del sector y se explica puramente como un factor cultural. Pero precisamente por eso convendría no tirar las campanas al vuelo afirmando que la industria se ha recuperado definitivamente del golpe de la pandemia. La gran incógnita es si *Spider-Man* ha batido récords porque la gente esté volviendo al cine o si la gente ha vuelto al cine por *Spider-Man*. La concentración sin precedentes del mes de agosto en una sola película es el claro ejemplo del síntoma actual de una industria que sobrevive a base de estímulos temporales, no por una salud de hierro.

Y es que los números no son tan buenos si en vez de compararse la recaudación bruta en dólares se contabilizan los espectadores. Según un informe de S&P Gobal (el mercado norteamericano es muy transparente en taquilla en dólares pero no tanto en tickets vendidos) a mitad de agosto se habían vendido 547,1 millones de en- ❯

Spider-Man: Brand New Day, un fenómeno que ha pulverizado todas las previsiones

50 PELÍCULAS MÁS TAQUILLERAS NORTEAMÉRICA VERANO 2026
(MAY. JUN. JUL. AGO.)

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	PAÍS DE ORIGEN	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN
1	Spider-Man: Brand New Day	Sony	EEUU	31/07/2026	891.821.029 $
2	La Odisea	Universal	EEUU, GB	17/07/2026	563.875.400 $
3	Toy Story 5	Walt Disney	EEUU	19/06/2026	478.817.306 $
4	Obsession	Focus Features	EEUU, GB	15/05/2026	263.451.715 $
5	Michael	Lionsgate	EEUU, GB	24/04/2026	242.499.556 $
6	El diablo viste de Prada 2	Walt Disney	EEUU	01/05/2026	220.556.651 $
7	Backrooms	A24	EEUU	29/05/2026	197.523.513 $
8	Minions & Monsters	Universal	EEUU	01/07/2026	182.774.945 $
9	The Mandalorian and Grogu	Walt Disney	EEUU	22/05/2026	177.730.060 $
10	Vaiana	Walt Disney	EEUU	10/07/2026	126.062.548 $
11	El día de la revelación	Universal	EEUU	12/06/2026	116.636.645 $
12	Scary Movie	Paramount	EEUU	05/06/2026	108.277.762 $
13	Mortal Kombat II	Warner Bros	EEUU	08/05/2026	79.770.100 $
14	Supergirl	Warner Bros	EEUU	26/06/2026	72.366.532 $
15	Las ovejas detectives	Amazon MGM Studios	EEUU, GB	08/05/2026	66.078.506 $
16	He-Man y los Masters del Universo	Amazon MGM Studios	EEUU	05/06/2026	64.830.245 $
17	Young Washington	Angel Studios	EEUU	03/07/2026	47.057.403 $
18	El final de Oak Street	Warner Bros	EEUU, Canadá, Australia	14/08/2026	45.982.436 $
19	Insidious: Fuera del más allá	Sony	EEUU	21/08/2026	43.734.802 $
20	La Patrulla Canina: La dino película	Paramount	EEUU, Canadá	14/08/2026	43.452.099 $
21	Super Mario Galaxy: La película	Universal	EEUU, Francia, Japón	01/04/2026	39.237.675 $
22	Proyecto Salvación	Amazon MGM Studios	EEUU	20/03/2026	34.261.223 $
23	Posesión infernal: En llamas	Warner Bros	EEUU, Nueva Zelanda	10/07/2026	32.237.058 $
24	La invitación.	A24	EEUU	26/06/2026	25.697.761 $
25	The Amazing Digital Circus: El último acto	Fathom Entertainment	EEUU, Australia	04/06/2026	23.421.793 $
26	Hadestown: The Musical	Bleecker Street Media	EEUU, GB	24/07/2026	20.728.068 $
27	The Breadwinner	Sony	EEUU	29/05/2026	20.247.080 $
28	Jackass: Lo mejor para el final	Paramount	EEUU	26/06/2026	18.273.185 $
29	El pasajero nocturno	Paramount	EEUU	22/05/2026	18.041.122 $
30	Hokum	Neon	EEUU, IRL, EAU	01/05/2026	17.000.014 $
31	Coyote vs. Acme	Ketchup Entertainment	EEUU	28/08/2026	15.914.007 $
32	Tiempo de victoria	Focus Features	GB, Francia	29/05/2026	15.569.855 $
33	El motín	Lionsgate	EEUU, GB	21/08/2026	13.245.027 $
34	Una noche al año	Universal	EEUU	07/08/2026	11.494.835 $
35	Tony	A24	EEUU, Canadá	07/08/2026	11.053.128 $
36	Billie Eilish: Hit Me Hard and Soft	Paramount	EEUU	08/05/2026	9.901.485 $
37	I Love Boosters	Neon	EEUU, GB	22/05/2026	9.743.067 $
38	La constelación del perro	Walt Disney	EEUU, GB	28/08/2026	7.709.729 $
39	Supermaderos 3	Searchlight Pictures	EEUU	07/08/2026	7.395.765 $
40	Leviticus	Neon	Australia	19/06/2026	7.215.533 $
41	Top Gun / Top Gun: Maverick	Paramount	EEUU	13/05/2026	6.528.326 $
42	The Furious	Lionsgate	Hong Kong, China	12/06/2026	6.502.610 $
43	En la zona gris	Black Bear	EEUU, GB, Arabia Saudí	15/05/2026	5.723.890 $
44	Spa Weekend	Black Bear	EEUU	21/08/2026	5.655.491 $
45	Animal Farm	Angel Studios	EEUU, GB, Canadá	01/05/2026	5.588.982 $
46	Buddy	Roadside Attractions	EEUU	28/08/2026	5.531.024 $
47	La muerte de Robin Hood	A24	EEUU	19/06/2026	5.355.164 $
48	Adolescencia, sexo y muerte en Campamento Miasma	MUBI	EEUU, Canadá	07/08/2026	5.338.625 $
49	The Brink of War	Angel Studios	EEUU	14/08/2026	4.960.118 $
50	La voluntad de Dios	Amazon MGM Studios	EEUU	15/05/2026	4.945.741 $

Fuente: Box Office Mojo



Obsession ha sido la gran sorpresa del año

tradas frente a las 795,9 de 2019, lo cual es una caída superior al 30%. Los exhibidores han manifestado su satisfacción por tener las salas llenas, pero es que en Estados Unidos y Canadá hay 7000 pantallas menos que antes de la crisis sanitaria, sumando actualmente en torno a las 37 mil.

MARCADA POLARIZACIÓN

De los 4.700 millones de dólares acumulados durante el verano entre más de un centenar de títulos, más de la mitad, 2.441 millones pertenecen solo a cinco películas: *Spider-Man: Brand New Day* (891,8 M), *La Odisea* (563,9 M), *Toy Story 5* (478,8 M), *Obsession* (263,5 M) y *Michael* (242,5 M). Es decir, un 52%. Quizá lo más destacable es que cada una pertenece a un género diferente: tenemos una película de superhéroes, una adaptación de una obra literaria, una secuela de animación, una película original de terror y un *biopic*. La diversidad es tal que cada una pertenece también a una distribuidora diferente. Sony Pictures domina gracias a *Spider-Man*, mientras que Universal confirma el acierto de su alianza con Christopher Nolan con un meritorio segundo puesto. Por su parte, Disney se debe conformar con la tercera plaza con *Toy Story 5* tras liderar en 2024 y 2025 con *Del revés 2* y *Lilo & Stitch*. Se cuelan en el top 5 Focus Features y Lionsgate con dos fenómenos masivos como la sorpresa de *Obsession* y *Michael*.



El diablo viste de Prada 2, una secuela más exitosa que la primera

Además del fenómeno Spider-Man, cada una ha marcado un hito a su manera. *La Odisea* se convirtió en la película de Nolan más vista en territorio americano, *Toy Story 5* en la más taquillera de la saga, *Michael* en el *biopic* con mayor recaudación de la historia y *Obsession* en la adquisición festivalera más rentable jamás habida. Esta última simboliza a la perfección la nueva edad dorada del cine de terror. En 2025 fueron *Weapons* y *Sinners* las que demostraron que este género está en un momento creativo excelente, y este año *Obsession* y *Backrooms* han mantenido el listón alto tanto en crítica como en taquilla. De hecho, ambas han conseguido abrirse hueco entre las diez películas de terror más taquilleras de la historia de Norteamérica.



Michael es el primer biopic de la historia que supera los mil millones en la taquilla mundial

El espectacular éxito de estos títulos no solo ha sostenido por sí solo el extraordinario rendimiento de la taquilla norteamericana, también ha servido para compensar la gran cantidad de lanzamientos de renombre que no han cumplido las expectativas en Norteamérica, con decepciones como *Star Wars: The Mandalorian and Grogu* (178 M) y descalabros como el *li-*

50 PELÍCULAS MÁS TAQUILLERAS NORTEAMÉRICA AÑO 2026
(ENERO - AGOSTO)

	TÍTULO	DISTRIBUIDORA	PAÍS DE ORIGEN	FECHA DE ESTRENO	RECAUDACIÓN
1	Spider-Man: Brand New Day	Sony	EEUU	31/07/26	891.821.029 $
2	La Odisea	Universal	EEUU, GB	17/07/2026	563.875.400 $
3	Toy Story 5	Walt Disney	EEUU	19/06/2026	478.817.306 $
4	Super Mario Galaxy: La película	Universal	EEUU, Francia, Japón	01/04/2026	429.814.610 $
5	Michael	Lionsgate	EEUU, GB	24/04/2026	372.303.388 $
6	Proyecto Salvación	Amazon MGM Studios	EEUU	20/03/2026	344.050.007 $
7	Obsession	Focus Features	EEUU, GB	15/05/2026	263.451.715 $
8	El diablo viste de Prada 2	Walt Disney	EEUU	01/05/2026	220.556.651 $
9	Backrooms	A24	EEUU	29/05/2026	197.523.513 $
10	Minions & Monsters	Universal	EEUU	01/07/2026	182.774.945 $
11	The Mandalorian and Grogu	Walt Disney	EEUU	22/05/2026	177.730.060 $
12	Hoppers	Walt Disney	EEUU	06/03/2026	166.010.783 $
13	Avatar: Fuego y ceniza	20th Century Studios	EEUU	29/05/2026	153.986.141 $
14	Vaiana	Walt Disney	EEUU	10/07/2026	126.062.548 $
15	Scream 7	Paramount	EEUU	27/02/2026	121.935.967 $
16	El día de la revelación	Universal	EEUU	12/06/2026	116.636.645 $
17	Scary Movie	Paramount	EEUU	05/06/2026	108.277.762 $
18	Como cabras	Sony	EEUU	13/02/2026	103.316.898 $
19	Zootrópolis 2	Walt Disney	EEUU	26/11/2025	90.227.005 $
20	Cumbres borrascosas	Warner Bros	EEUU	13/02/2026	84.001.072 $
21	Mortal Kombat II	Warner Bros	EEUU	08/05/2026	79.770.100 $
22	Supergirl	Warner Bros	EEUU	26/06/2026	72.366.532 $
23	La asistenta	Lionsgate	EEUU	19/12/2025	70.173.827 $
24	Las ovejas detectives	Amazon MGM Studios	EEUU, GB	08/05/2026	66.078.506 $
25	He-Man y los Masters del Universo	Amazon MGM Studios	EEUU	05/06/2026	64.830.245 $
26	Send Help (Enviad ayuda)	Walt Disney	EEUU	30/01/2026	64.732.795 $
27	Marty Supreme	A24	EEUU, Finlandia	19/12/2025	57.061.509 $
28	No te olvidaré	Universal	EEUU	13/03/2026	48.559.430 $
29	El drama	A24	EEUU	03/04/2026	48.062.006 $
30	Young Washington	Angel Studios	EEUU	03/07/2026	47.057.403 $
31	El final de Oak Street	Warner Bros	EEUU, Canadá, Australia	14/08/2026	45.982.436 $
32	Insidious: Fuera del más allá	Sony	EEUU	21/08/2026	43.734.802 $
33	La Patrulla Canina: La dino película	Paramount	EEUU, Canadá	14/08/2026	43.452.099 $
34	Ruta de escape	Paramount	EEUU, GB	13/02/2026	36.588.336 $
35	Anaconda	Sony	EEUU	25/12/2025	33.322.690 $
36	Posesión infernal: En llamas	Warner Bros	EEUU, Nueva Zelanda	10/07/2026	32.237.058 $
37	La momia de Lee Cronin	Walt Disney	EEUU, IRL, ESP, CAN	17/04/2026	29.152.113 $
38	Dhurandar: The Revenge	Moviegoers Entertainment	India	19/03/2026	28.100.759 $
39	Iron Lung: Océano de sangre	Markiplier	EEUU	30/01/2026	27.935.937 $
40	Una novia para mi boda	Angel Studios	EEUU	06/02/2026	25.736.278 $
41	La invitación.	A24	EEUU	26/06/2026	25.697.761 $
42	Primate	Paramount	EEUU	09/01/2026	25.635.665 $
43	28 años después: El templo de los huesos	Sony	EEUU, GB	16/01/2026	25.147.583 $
44	Bob Esponja: Una aventura pirata	Paramount	EEUU	19/12/2025	24.729.016 $
45	Sin piedad	Amazon MGM Studios	EEUU, Rusia	23/01/2026	24.390.303 $
46	The Amazing Digital Circus: El último acto	Fathom Entertainment	EEUU, Australia	04/06/2026	23.421.793 $
47	Noche de bodas 2	A24	EEUU	20/03/2026	22.986.054 $
48	Song Song Blue (Canción para dos)	MUBI	EEUU	25/12/2025	22.285.795 $
49	David	Angel Studios	EEUU, Sudáfrica	19/12/2025	21.799.988 $
50	Hadestown: The Musical	Bleecker Street Media	EEUU, GB	24/07/2026	20.728.068 $

Fuente: Box Office Mojo



Backrooms ha arrasado culminando el gran momento del terror

ve-action de *Vaiana* (126 M), *Supergirl* (72 M) o *He-Man* y los *Masters del Universo* (65 M).

EN BUSCA DE LA CIFRA PERDIDA

El verano ha terminado de impulsar un 2026 que ya dejaba entrever brotes verdes entre tanta erosión prolongada. A 1 de septiembre, el mercado doméstico había superado los 7.100 millones de dólares según Rentrak, lo que supone un 20% más del año anterior y solo un 7% menos que en 2019 por esas mismas fechas. De continuar con esa tendencia, la taquilla norteamericana sumaría unos 10.600 millones de dólares a final de año, batiendo la marca de los 10.000 millones por primera vez desde hace seis años.



Minions&Monsters o el encanto de unos personajes ya icónicos

RECAUDACIÓN POR MESES 2026

MES	RECAUDACIÓN ($)	EVOLUCIÓN
Enero	620.473.034 $	-
Febrero	486.576.253 $	-21,58%
Marzo	626.850.463 $	28,83%
Abril	842.798.801 $	34,45%
Mayo	1.063.399.375 $	26,17%
Junio	1.067.620.884 $	0,40%
Julio	1.178.357.723 $	10,37%
Agosto	1.258.000.207 $	6,76%

Fuente: Box Office Mojo

La pandemia puso patas arriba el modelo tradicional del cambio de consumo del cine, con las salas perdiendo aproximadamente en torno al 20 o 25% de sus espectadores tras la vuelta a la normalidad. En 2023, el acumulado anual vivió un repunte hasta los 9.040 millones de dólares, pero los dos siguientes años tiraron por la borda cualquier señal de optimismo, con 8.740 y 8.870 millones, respectivamente, muy lejos de la media de 11.400 millones en el lustro anterior a la pandemia. De llegar a los 10.000 millones, la industria tendría un chute de energía importantísimo para albergar esperanza en el futuro por primera vez en siete años.

Spider-Man y *La Odisea* ya han hecho su parte, ahora es el turno este otoño de títulos como *Resident Evil*, *Digger*, *Godzilla Minus Zero* o *Los juegos del hambre: Amanecer en la cosecha*. Y por supuesto, del empujón final navideño que darán *Vengadores: Doomsday* y *Dune: Parte Tres* a partir del 18 de diciembre. Los nueve primeros meses del año han dado aire a un Hollywood más cuestionado que nunca, ahora el reto será mantener los buenos números y una taquilla más equilibrada. BO

© courtesy of Sony (1), Universal (3), Disney (2), Focus Features (1), Elastica (1), shutterstock (2)

EVOLUCIÓN TAQUILLA VERANO NORTEAMÉRICA 2019-2026

2019			2020			2021			2022		
MES	RECAUDACIÓN ($)	EVOLUCIÓN ANUAL (%)	MES	RECAUDACIÓN ($)	EVOLUCIÓN ANUAL (%)	MES	RECAUDACIÓN ($)	EVOLUCIÓN ANUAL (%)	MES	RECAUDACIÓN ($)	EVOLUCIÓN ANUAL (%)
Mayo	1.077.667.188 $		Mayo	995.838 $		Mayo	214.709.870 $		Mayo	785.967.994 $	
Junio	1.149.048.054 $		Junio	3.677.627 $		Junio	401.276.723 $		Junio	968.951.150 $	
Julio	1.288.196.026 $		Julio	7.466.635 $		Julio	582.543.500 $		Julio	1.133.519.549 $	
Agosto	837.630.353 $		Agosto	32.196.928 $		Agosto	417.701.047 $		Agosto	466.953.463 $	
TOTAL	**4.352.541.621 $**	**-**	**TOTAL**	**44.337.028 $**	**-98,98%**	**TOTAL**	**1.616.231.140 $**	**3545,33%**	**TOTAL**	**3.355.392.156 $**	**107,61%**

2023			2024			2025			2026		
MES	RECAUDACIÓN ($)	EVOLUCIÓN ANUAL (%)	MES	RECAUDACIÓN ($)	EVOLUCIÓN ANUAL (%)	MES	RECAUDACIÓN ($)	EVOLUCIÓN ANUAL (%)	MES	RECAUDACIÓN ($)	EVOLUCIÓN ANUAL (%)
Mayo	774.058.701 $		Mayo	550.351.927 $		Mayo	967.644.106 $		Mayo	1.063.399.375 $	
Junio	1.003.756.784 $		Junio	965.938.669 $		Junio	830.765.314 $		Junio	1.067.620.884 $	
Julio	1.362.686.619 $		Julio	1.180.607.445 $		Julio	1.116.456.099 $		Julio	1.178.357.723 $	
Agosto	812.895.573 $		Agosto	892.104.677 $		Agosto	680.609.733 $		Agosto	1.258.000.207 $	
TOTAL	**3.953.397.677 $**	**17,82%**	**TOTAL**	**3.589.002.718 $**	**-9,22%**	**TOTAL**	**3.595.475.252 $**	**0,18%**	**TOTAL**	**4.567.378.189 $**	**27,03%**

Fuente: Box Office Mojo

CINE ESCUELA TOMA FORMA

EL PROGRAMA DEL ICAA ENCARA SU PRIMERA EDICIÓN CONSOLIDADA CON 2,9 MILLONES DE PRESUPUESTO, AMPLIABLES EN OTROS TRES. UNAS TREINTA ENTIDADES SE REPARTIRÁN UNA AYUDA QUE PUEDE ALCANZAR EL 100% DE INTENSIDAD, SIENDO ÉSTAS QUIENES EJECUTEN LA TOTALIDAD DEL GASTO Y OFREZCAN A LOS COLEGIOS UN SERVICIO GRATUITO

por **Pelayo Sánchez**



Un año después de la presentación oficial de Cine Escuela —la iniciativa destinada a acercar el cine a los estudiantes de la ESO y, con ello, a favorecer tanto la alfabetización audiovisual como el hábito de acudir a las salas— y tras las primeras pruebas piloto, la publicación de la lista provisional de solicitudes admitidas y excluidas para el curso 2026-2027 permite ya perfilar con más claridad el alcance del proyecto.

Con un presupuesto inicial de 2,88 millones de euros, ampliable en otros tres, el ICAA subvenciona a asociaciones y fundaciones para que organicen y ejecuten Cine Escuela. Son estas entidades —no los colegios— las que contratan y pagan las salas, los derechos de exhibición, el transporte y los materiales didácticos. Los centros reciben el programa de forma gratuita.

La competencia se produce, además, antes de concederse las ayudas: cada asociación debe convencer a colegios para incorporarlos a su propuesta y presentar una "cartera" de centros. Cuantos más reúna y mayor sea su implantación territorial, más opciones tendrá de obtener financiación, ya que este apartado suma 50 de los 100 puntos. Las solicitudes deben indicar también las salas de cine seleccionadas, de modo que los propietarios de los cines han de dirigirse a las asociaciones que concurren al programa —y, resuelta la convocatoria, a las beneficiarias— para ofrecerles sus instalaciones, pues serán ellas quienes ejecuten el gasto. Los colegios pueden además inscribirse directamente en la web del ICAA, aunque no se aclara cómo se asignarán esos centros sin asociación ni si su inscripción garantiza la participación. ❯

ENTIDADES ADMITIDAS PARA EJECUTAR EL PROGRAMA CINE ESCUELA

ENTIDAD
Meigas da Rua
E-Cultura y Ocio
AGAPI (Asociación Galega de Produtoras Independentes)
Asociación Cines Zoco Majadahonda
Confederación de Centros de Desarrollo Rural
Fundación Abycine-AB Audiovisual
Asociación Cultural Berde
Fundación Academia de Cine
Promotora de Mitjans Audiovisuals, SCCL
Entidad de Gestión de Derechos de los Productores
Asoc. Cultura, Arte y Comunicación, A.C.A.C.
ADEC (Asociación para el Desarrollo Educativo y Cultural)
Fundación Agro y Cultura
Humanitarios Sin Fronteras
Asoc. Cultura, Educación e Innovación Social
Derechos en Acción
Asociación Miroy
Associació A Bao A Qu
Asociación FICMEC
Asociación FICBUEU
Pedagogías Invisibles
Fundación Diálogos
Fundación Cine para Educar
Asoc. Informadores Cinematográficos de España
La Monda Lironda Teatre
Asociación Cultural Trax Trex Trix
ECAM - Fundación de la Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid
Fundació Privada Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya
ADASCI - Asociación para el Desarrollo, Apoyo Social, Cooperación e Inclusión
Fundación AMGU Agrupación Musical de Guardo

Fuente: ICAA



PELÍCULAS SELECCIONADAS EN CINE ESCUELA Y NÚMERO DE ASOCIACIONES POR CADA UNA

PELÍCULA	SELECCIONES
Robot Dreams	38
20.000 especies de abejas	25
Libertad	20
Verano 1993	14
Billy Elliot (Quiero bailar)	12
Tódalas mulleres que coñezo	7
El bola	4
La lengua de las mariposas	3
Buñuel en el laberinto de las tortugas	2

Fuente: ICAA

Las entidades solicitantes tienen perfiles diversos: asociaciones culturales, fundaciones, organizaciones vinculadas a la producción y la exhibición, instituciones educativas y entidades especializadas en el ámbito cinematográfico. Entre ellas figuran AGAPI, la Fundación Academia de Cine, ECAM, la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores o la Fundació Privada Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya. Esta variedad subraya que el programa no se limita a trasladar a los alumnos a una sala, sino que busca tejer una red en la que participan entidades culturales, centros educativos y exhibidores. Solo treinta entidades han sido admitidas, lo que deja claro que el programa se ejecutará a través de estructuras medianas o grandes, no de pequeñas asociaciones locales.

En la selección de películas se valora la propuesta de las entidades subvencionadas, pero la lista definitiva la aprueba una comisión nombrada por el propio ICAA, en la que participan destacadas figuras del ámbito educativo y audiovisual. Varios títulos de calidad contrastada y valores humanos forman parte de la selección.

Robot Dreams, el último largometraje de Pablo Berger, es la película con mayor presencia en las solicitudes admitidas: seis entidades y 38 selecciones en total. Le siguen *20.000 especies de abejas*, presente en siete solicitudes con 25 selecciones, y *Libertad*, con cuatro entidades y 20 selecciones. Entre los tres títulos suman 85 de las 128 selecciones recogidas en la resolución provisional. Completan la lista *Verano 1993*, *Billy Elliot (Quiero bailar)*, *Buñuel en el laberinto de las tortugas*, *El bola*, *Tódalas mulleres que coñezo* y *La lengua de las mariposas*.

Frente a los tres proyectos piloto desarrollados en Madrid, L'Hospitalet de Llobregat y Córdoba, que acompañaron la preparación de la primera edición, la nueva convocatoria presenta una red más amplia de entidades implicadas y una programación que ya permite identificar algunos títulos como referentes de la iniciativa.

UNA CONVOCATORIA TODAVÍA PROVISIONAL

La lista publicada por el ICAA en julio no constituye aún el resultado definitivo de la convocatoria. Si hace apenas un año Cine Escuela era un proyecto que se preparaba para llevar el cine a las aulas y a las salas, la convocatoria 2026-2027 muestra ya una iniciativa que empieza a generar red propia y una programación reconocible. Queda por ver hasta qué punto el programa logra sostener esta estructura en el tiempo y consolidar una comunidad de estudiantes, profesores, entidades y salas en torno a la experiencia cinematográfica. BO

© Shutterstock (2)



BIENVENIDOS AL SITIO WEB DE

BOXOFFICE

WWW.BOX-OFFICE.ES



Las últimas noticias del mercado mercado del cine, focus, especiales, análisis, todos los números de la revista para hojear y mucho más

BOX OFFICE ESPAÑA

Consíguelo en el App Store

DISPONIBLE EN Google Play

BOX OFFI
ANCHE





CE PARLA ITALIANO

PODEMOS LLEVAR TU NEGOCIO TAMBIÉN A ITALIA

Desde hace casi 30 años, la revista Box Office es un referente para la industria cinematográfica italiana. Una extraordinaria oportunidad de promoción y visibilidad para las empresas españolas que desean expandir su negocio más allá de las fronteras.

Contacto

MIA, ENCRUCIJADA DEL AUDIOVISUAL GLOBAL

NUEVOS MERCADOS, MODELOS DE FINANCIACIÓN Y COPRODUCCIONES EN EL CENTRO DE LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO INTERNACIONAL AUDIOVISUAL DE ROMA. GAIA TRIDENTE (DIRECTORA DEL MIA), CHIARA SBARIGIA (PRESIDENTA DE APA – ASSOCIAZIONE PRODUTTORI AUDIOVISIVI) Y ALESSANDRO USAI (PRESIDENTE DE ANICA – ASSOCIAZIONE NAZIONALE INDUSTRIE CINEMATOGRAFICHE AUDIOVISIVE E DIGITALI) HABLAN DE ESTRATEGIAS, OPORTUNIDADES Y NUEVOS RETOS PARA REFORZAR LA INDUSTRIA AUDIVOSIUAL EUROPEA EN UN SECTOR EN PROFUNDA TRANSFORMACIÓN

por **Monica Ciceri**





El MIA es una importante cita internacional para la industria audiovisual italiana y europea: ¿cómo está evolucionando actualmente su identidad para responder a las necesidades de un mercado global en rápida transformación?

Gaia Tridente: El MIA evoluciona de mercado vertical a plataforma integrada, capaz de acompañar de forma circular toda la cadena de valor, desde el desarrollo hasta la distribución. En un contexto económico y geopolítico complejo, nuestra identidad se refuerza como espacio de convergencia estratégica para cine, series, documentales y animación. Ofrecemos a las empresas italianas y extranjeras herramientas concretas de negocio, coproducción y financiación para competir a escala global.

¿Cuáles son las principales novedades de la edición de 2026?

Gaia Tridente: Damos espacio a las nuevas soluciones de financiación con el European Investment Hub y al primer Animation Series Gap Financing Market ❯

EVENTS

MIA, crossroads of global audiovisual

New markets, financing models and co-productions at the heart of the evolution of the Mercato Internazionale Audiovisivo, the International Audiovisual Market in Rome. Gaia Tridente (director of MIA), Chiara Sbarigia (President of APA – Associazione Produttori Audiovisivi) and Alessandro Usai (President of ANICA – Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali) talk about strategies, opportunities and new challenges for strengthening the European audiovisual industry within a sector undergoing profound transformation

By Monica Ciceri

MIA is a major international event for the Italian and European audiovisual industry: how is its identity evolving today to meet the demands of a rapidly changing global market?
Gaia Tridente: MIA is evolving from a vertical marketplace into an integrated platform, capable of supporting the entire value chain in circular fashion, from development to distribution. In a complex economic and geopolitical context, our identity is growing stronger as a space of strategic convergence for films, television series, documentaries and animation. We offer Italian and international companies concrete tools for business, co-production and financing to complete on the global scale.

What are main new features of the 2026 edition?
Gaia Tridente: It introduces new financing solutions with the European Investment Hub and for the first Animation Series Gap Financing Market for advanced projects. We are redesigning our physical presence by creating an audiovisual district with dedicated thematic hubs extending between Palazzo Barberini and the surrounding hotels. We are also launching "CASA MIA", an evening gathering conceived to consolidate relations and informal networking.

What changes are you observing most closely in the international operators attending MIA?
Gaia Tridente: We are seeing growing caution in investments and the search for more flexible and diversified models of coproduction, with creative financial packaging and new players entering the market. The operators are seeking solid IP with a high potential for international circulation, and there is growing attention to industrial sustainability, to the convergence between languages and – this is new – to shorter formats such as microdramas and the creator economy.

MIA is also a place in which to build relationships and intercept new talents and new projects. What geographical areas, markets or segments of international audiovisual industry do

presencia física creando un distrito del audiovisual con hubs temáticos específicos entre el Palazzo Barberini y los hoteles de los alrededores. Además, lanzamos "CASA MIA", un espacio de encuentro nocturno pensado para consolidar relaciones y fomentar el *networking* informal.

¿Qué cambios estáis observando más de cerca entre los operadores internacionales que participan en el MIA?

Gaia Tridente: Observamos una creciente cautela en las inversiones y la búsqueda de modelos de coproducción más flexibles y diversificados, con *packaging* financieros creativos y la entrada de nuevos actores en el mercado. Los operadores buscan IP sólidas y con un alto potencial de circulación internacional, y crece la atención hacia la sostenibilidad industrial, la convergencia entre lenguajes y, como novedad importante, hacia los formatos breves como los microdramas y la *creators economy*.

El MIA es también un lugar donde se construyen relaciones y se descubren nuevos talentos y nuevos proyectos. ¿Cuáles son actualmente las áreas geográficas, los mercados o los segmentos del audiovisual internacional que consideráis especialmente interesantes para la industria italiana?

Gaia Tridente: Miramos a Asia con gran interés y estamos especialmente interesados en los contenidos procedentes de Corea. Por eso hemos trabajado en una alianza con KOCCA, la agencia de promoción del contenido "K", que presentará en el MIA nuevos shows muy esperados, tanto de entretenimiento como de series. Entre los países europeos que despiertan un gran interés destaca España, un mercado muy dinámico y en fuerte crecimiento creativo y productivo. Además, vuelve al MIA una nutrida delegación del norte de Europa, fruto de una sinergia con el Swedish Institute, la Embajada de Suecia y TV Drama Vision (Göteborg-Nordic Film Market).

Las coproducciones y las alianzas internacionales son cada vez más importantes para la sostenibilidad de los proyectos: ¿qué características buscáis actualmente en los proyectos y en los socios que llegan al MIA desde Italia y desde el extranjero?

Chiara Sbarigia: Las coproducciones internacionales, en el audiovisual, son algo bastante poco frecuente: el concepto de coproducción tradicional (cada país aporta una parte del presupuesto y participa con una cuota en la parte artística) está superado, y el fenómeno de las fusiones/adquisiciones y la consolidación de las plataformas de *streaming* ha llevado muchos formatos directamente a los mercados globales. Creo que habrá una nueva etapa para las coproducciones, pero estamos totalmente atrasados en cuanto a acuerdos que puedan hacerlas más sostenibles: actualmente, Italia cuenta con acuerdos de coproducción casi exclusivamente para películas destinadas a las salas de cine, con muy pocas excepciones.



Alessandro Usai: Las coproducciones, tanto de cine como de series, conllevan garantías de distribución en los países socios y, por tanto, cofinanciación. Este elemento es fundamental para la sostenibilidad y el atractivo de un proyecto y de sus socios, siempre que el relato y sus contenidos sean también adecuados para el mercado nacional. Las coproducciones puramente financieras son cada vez más raras; el corazón del negocio consiste, en cambio, en encontrar la idea adecuada para los mercados de origen —y, a ser posible, para otros mercados internacionales—, cuyo plan financiero esté ya sustancialmente cubierto con fuentes de los países de nacionalidad. Es descubrir el Mediterráneo, pero también el único motor real para desarrollar una obra en coproducción, que presenta muchas más complejidades y plazos más largos que una obra de nacionalidad italiana.

¿Qué imagináis para el futuro con el fin de potenciar aún más el MIA y convertirlo en un punto de referencia para el mundo audiovisual internacional?

Chiara Sbarigia: El MIA sigue siendo central si mantiene vivo su potencial de innovación, si permite a los productores de todos los tamaños, especialmente a los más pequeños, un acceso cada vez mayor a las *best practices*, a los nuevos géneros y formatos y a los socios internacionales. En mi opinión, debe, por un lado, apostar por consolidar las colaboraciones europeas, ampliando al mismo tiempo su radio de acción hacia nuevos mercados estratégicos y especialmente innovadores. El objetivo es reforzar el papel de Italia como *hub* creativo y productivo global, atraer inversiones y ofrecer oportunidades concretas de *networking* y crecimiento.

Alessandro Usai: Me gustaría seguir trabajando en la idea, ya puesta en marcha en esta edición gracias también a la implicación de Marco Chimenz, de que el MIA se convierta cada vez más en el lugar del debate internacional sobre los temas candentes del cine y del audiovisual, con una presencia creciente de *top speakers* y personalidades llamadas a debatir sobre cuestiones relevantes. Y seguir analizando y, cuando sea posible, anticipar las tendencias. BO

De izquierda a derecha, Alessandro Usai (presidente de ANICA - Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali); Gaia Tridente (directora del MIA) y Chiara Sbarigia (presidente de APA - Associazione Produttori Audiovisivi)

you currently consider to be of particular interest to the Italian industry?

Gaia Tridente: We are looking to Asia with great interest, and are especially interested in content coming out of Korea. This is why we have worked to form a partnership with KOCCA, the agency promoting "K" content, which will present highly anticipated new shows at MIA, both entertainment and series. Among the European countries generating strong interest, Spain stands out as a highly dynamic market that is experiencing strong creative and productive growth. A substantial Northern European delegation is also returning to MIA, the result of a partnership with the Swedish Institute, the Swedish Embassy and TV Drama Vision (Göteborg-Nordic Film Market).

International co-productions and partnerships are increasingly key to project sustainability: what characteristics are you looking for in projects today and in the partners who come to MIA from Italy and abroad?

Chiara Sbarigia: International coproductions are actually rather rare in the audiovisual industry: the traditional concept of coproduction (every Country contributes part of the budget and a share of the artistic work) is now obsolete and the wave of mergers/acquisitions and the establishment of streaming platforms have carried many formats directly into global markets. I think there will be a new season for coproductions, but we are way behind in terms of the agreements that could make them more sustainable: at the moment, Italy has co-production agreements almost exclusively for feature films, with few exceptions.

Alessandro Usai: Co-productions, both for cinema and series, carry with them guarantees of distribution in partner countries, and with them co-financing. This is a key factor in a project's sustainability and in the appeal of a project and its partners, on condition however that the story and its content are work for the Italian market. Purely financial co-productions are increasingly rare, the heart of the business is now to find the right idea for the originating markets – and possibly for other international markets – for which the financing plan is already substantially covered by funding sources from the country of origin. This is stating the obvious, but it's also the only real driver for developing a co-production work, which presents greater complexity and longer timeframes than an exclusively Italian work.

Looking to the future, what do you envision to further strengthen MIA and make it a reference point for the international audiovisual industry?

Chiara Sbarigia: MIA remains central when it keeps its potential for innovation alive, if it allows producers of all sizes, and especially the smallest ones, increasing access to best practices, new genres and formats, and international partners.
In my opinion it must on the one hand aim at consolidating European collaborations, while at the same time expanding its reach towards new particularly innovative strategic markets.
The aim is to strengthen Italy's role as a global creative and production hub, to attract investments and offer concrete opportunities for networking and growth.

Alessandro Usai: I would like to continue working on the idea, which we have set in motion in this edition thanks to the involvement of Marco Chimenz: that MIA increasingly become a venue for international debate on the most pressing issues in cinema and audiovisual media, with a growing presence of top speakers and personalities, invited to debate relevant themes. And continue to analyse and, when possible, anticipate the trends.

©courtesy of MIA

CINE ESPAÑOL EN LATAM: UNA PRESENCIA ESCASA

EL CINE LATINOAMERICANO ENCUENTRA MUCHAS DIFICULTADES PARA ABRIRSE PASO EN LAS SALAS ESPAÑOLAS, Y EL DESAMOR ES CORRESPONDIDO. ENTRE 2023 Y AGOSTO DE 2026, LAS PELÍCULAS ESPAÑOLAS HAN RECAUDADO ALREDEDOR DE NUEVE MILLONES DE EUROS EN MÉXICO, ARGENTINA Y COLOMBIA, SEIS DE ELLOS EN EL MERCADO MEXICANO. NI LAS PRODUCCIONES MÁS COMERCIALES NI EL CINE DE AUTOR CONSIGUEN VIAJAR CON FACILIDAD, AUNQUE LA ANIMACIÓN, ALMODÓVAR Y EL THRILLER OBTIENEN MEJORES RESULTADOS

por **Lino Pulido**

Se ha convertido en un tópico, pero también tiene mucho de cierto: España desaprovecha sus evidentes conexiones lingüísticas y culturales con Latinoamérica. Y esto queda especialmente claro en el sector cinematográfico. Salvo contadas excepciones, las películas mexicanas, argentinas o colombianas —por mencionar los tres países analizados— rara vez recaudan cantidades significativas en nuestro país, cuando consiguen estrenarse. El auge del cine argentino, impulsado sobre todo por las películas protagonizadas por Ricardo Darín, quedó atrás hace años, mientras que la propia cinematografía del país atraviesa serias dificultades por los drásticos recortes impuestos por el Gobierno de Javier Milei.

En este contexto, las películas españolas viajan poco al otro lado del Atlántico y rara vez alcanzan cifras significativas. Los datos permiten observar una tendencia: el cine español funciona mejor en el continente americano gracias a la animación —un género que España produce en cantidades reducidas— y al terror y el thriller. *Momias* y *Robot Dreams* son los principales estandartes del periodo analizado. Mientras tanto, el cine español de autor, pese a su éxito en los festivales internacionales, tiene dificultades para alcanzar cifras relevantes de espectadores.

MÉXICO, EL PRINCIPAL MERCADO

El país que más cine español consume, con mucha diferencia, es México, cuyos 134 millones de habitantes superan ampliamente los 46 millones de Argentina y los 54 de Colombia. Según los datos extraídos de Box Office Mojo —México no ofrece resultados oficiales detallados más allá de sus resúmenes anuales—, los ocho títulos españoles detectados y estrenados entre 2023 y agosto de 2026 han recaudado aproximadamente seis millones de euros.

Destacan muy por encima del resto dos películas de animación muy diferentes. La primera de la tabla es *Robot Dreams*, de Pablo Berger, una película de animación adulta nominada al Oscar que obtuvo unos extraordinarios dos millones de euros. En segundo lugar aparece *Momias*, estrenada en Latinoamérica con el título *Las momias y el anillo perdido*, que rozó los 1,7 millones de euros y nació de la experiencia acumulada por sus responsables en el universo de *Tadeo Jones*.

Curiosamente, la película de Berger, una coproducción hispanofrancesa ambientada en Manhattan, funcionó mejor en México que en la propia España, donde tuvo que conformarse con alrededor de medio millón de euros.

En México, el cine de terror ha sido tradicionalmente muy popular, y eso se deja notar en la tabla. La tercera y la cuarta clasificadas son películas de género: *La niña de la comunión* (891.000 euros) y *13 exorcismos* (652.000 euros). Les sigue un thriller como *Todos los nombres de Dios*, de Daniel Calparsoro, estrenado en Latinoamérica con el título *Atentado en Madrid*, con 256.000 euros.

La marca Almodóvar continúa siendo fuerte en Latinoamérica. *La habitación de al lado*, su primera película en inglés y ganadora del León de Oro en Venecia,



La habitación de al lado de Almodóvar mostró la popularidad del director en Latinoamérica



Momias se sitúa como película española más vista en Argentina y Colombia

arañó 143.000 euros. También resulta relevante el dato de *Los domingos*, con cerca de 120.000 euros. No existen cifras disponibles de *Amarga Navidad*, estrenada el pasado mayo, ni de *Sirât*, que llegó a las pantallas mexicanas el 22 de enero.

México sí publica en su Anuario Estadístico de Cine el número de películas exhibidas según su nacionalidad. Entre 2023 y 2025 se proyectaron en el país 59 películas españolas, que acumularon 2,9 millones de espectadores. El elevado número de títulos se explica en parte porque el Anuario incluye las producciones proyectadas en festivales y muestras cinematográficas.

De esta manera, grandes acontecimientos como el Festival Internacional de Cine de Morelia, con abundante presencia española, o ciclos como la Muestra de Cine Español celebrada el pasado mayo en la capital contribuyen a mantener viva la presencia de nuestra cinematografía en el país.

ARGENTINA Y COLOMBIA

Argentina no publica su anuario del INCAA desde 2022, que sí incluía los títulos y resultados de las películas españolas. Sin embargo, ofrece cifras oficiales de taquilla de todas las películas estrenadas en el país, lo que permite obtener un cuadro bastante fidedigno. ❯

TAQUILLA PELÍCULAS ESPAÑOLAS ESTRENADAS EN ARGENTINA
2023-2026

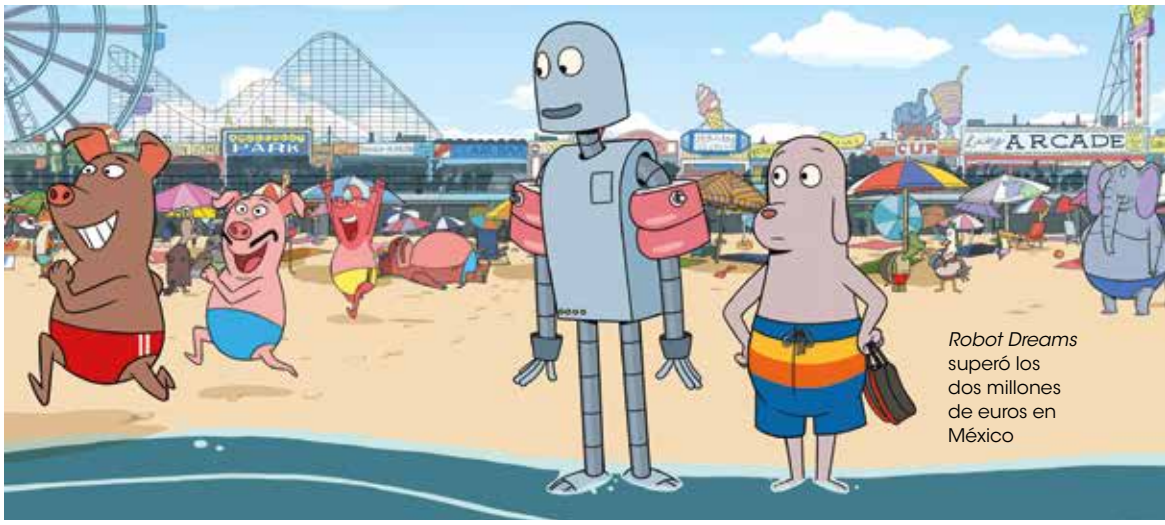
RANKING	PELÍCULA	AÑO	ESPECTADORES	RECAUDACIÓN (EUR)
1	Las momias y el anillo perdido	2023	160.830	399.674 €
2	13 exorcismos	2023	65.777	178.810 €
3	La habitación de al lado	2024	54.170	276.377 €
4	La sociedad de la nieve	2023	30.349	210.691 €
5	Comunión con el diablo	2023	15.076	39.254 €
6	Objetos	2023	12.378	33.028 €
7	Robot Dreams	2024	7.491	19.002 €
8	El cielo no puede esperar	2023	6.687	20.072 €
9	El silencio de Marcos Tremmer	2025	5.189	8.756 €
10	Extraña forma de vida	2023	4.907	17.451 €
11	As bestas	2023	4.537	16.093 €
12	Sirât	2026	4.438	17.329 €
13	El llanto	2024	4.238	15.815 €
14	La infiltrada	2025	3.426	14.305 €
15	Alcarràs	2023	2.744	3.884 €
16	Atentado en Madrid (Todos los nombres de Dios)	2024	1.340	4.034 €
17	Guadalupe: madre de la humanidad	2024	1.199	4.167 €
18	Sintiéndolo mucho	2023	1.173	2.906 €
19	La piedad	2023	931	1.037 €
20	Madre ven	2023	631	1.647 €
21	Hasta que me quede sin voz	2025	146	867 €

Fuente: Incaa/Datos actualizados a 15 de agosto de 2026

Desde 2023 hasta mediados de agosto de 2026 se han localizado 21 películas españolas, que suman 384.257 espectadores y alrededor de 1,28 millones de euros.

La película más exitosa vuelve a ser *Momias*, que rozó los 400.000 euros y superó los 160.000 espectadores, dentro de un listado menos polarizado que el mexicano. Le siguen *13 exorcismos* (65.777 espectadores) y *La habitación de al lado* (54.170 espectadores).

Argentina es un país económicamente turbulento que durante los últimos años ha sufrido enormes variaciones en la cotización del peso. Esto explica que la película de Almodóvar recaudase alrededor de 100.000 euros más pese a tener más de 11.000 espectadores menos que *13 exorcismos*. A continuación aparece *La sociedad de la nieve*, con 30.349 espectadores.



Robot Dreams superó los dos millones de euros en México

La tabla argentina también revela un fenómeno en parte sorprendente: salvo Almodóvar, el cine español más reconocido apenas logra atraer espectadores, ni siquiera en una ciudad tan cosmopolita y con tanta tradición cinéfila como Buenos Aires. Son resultados muy pobres para películas españolas destacadas de los últimos años como *As bestas* (4.537 espectadores), *La infiltrada* (3.426) o *Alcarràs* (2.744).



La sociedad de la nieve tuvo un buen resultado en LATAM a pesar de su breve ventana de exhibición

Debería ser motivo de reflexión para las instituciones públicas responsables de impulsar la internacionalización del cine español que títulos de calidad contrastada, algunos de ellos con buenos resultados en países de nuestro entorno europeo, no consigan penetrar mejor en estos mercados.

Finalmente, Colombia no publica resultados oficiales de taquilla con el grado de detalle de Argentina ni tampoco un resumen anual de títulos extranjeros exhibidos como México. Según los datos de Box Office Mojo, entre 2023 y agosto de 2026 llegaron a las pantallas colombianas 34 películas españolas, el récord de los tres países, que sumaron una taquilla aproximada de 1,7 millones de euros.



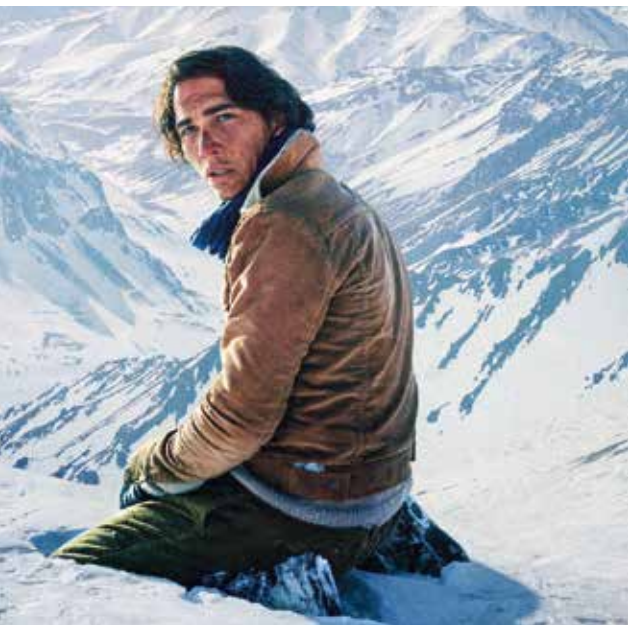
TAQUILLA PELÍCULAS ESPAÑOLAS ESTRENADAS EN COLOMBIA
2023-2026

RANKING	PELÍCULA	AÑO	RECAUDACIÓN (USD)	RECAUDACIÓN (EUR)
1	Momias	2023	$797.557	737.591 €
2	La habitación de al lado	2024	$159.786	147.622 €
3	13 exorcismos	2023	$138.236	127.842 €
4	Robot Dreams	2024	$78.044	72.103 €
5	El hombre de Roma	2023	$58.355	53.967 €
6	Isla perdida (Haunted Heart)	2024	$56.895	52.564 €
7	El cielo no puede esperar	2023	$55.924	51.719 €
8	Dragonkeeper: guardiana de dragones	2024	$53.632	49.549 €
9	Historias para no contar	2023	$49.203	45.504 €
10	La niña de la comunión	2023	$41.016	37.932 €
11	As bestas	2023	$39.070	36.132 €
12	Bajo terapia	2024	$38.112	35.211 €
13	La fianza	2025	$31.583	27.950 €
14	Sirât	2026	$29.717	25.567 €
15	Guadalupe: madre de la humanidad	2024	$26.406	24.396 €
16	Romería	2025	$22.278	19.715 €
17	La infiltrada	2025	$20.862	18.462 €
18	Los domingos	2026	$19.243	16.556 €
19	Raqa	2025	$15.443	13.666 €
20	Gemma Galgani	2026	$12.694	10.921 €
21	No mires a los ojos	2023	$12.179	11.263 €
22	Libre	2024	$11.604	10.721 €
23	La contadora de películas	2024	$11.244	10.388 €
24	Sorda	2025	$9.750	8.628 €
25	Hospitalarios: las manos de la Virgen	2023	$9.366	8.662 €
26	Justicia artificial	2024	$9.179	8.480 €
27	Goya, Carrière y el fantasma de Buñuel	2023	$8.096	7.487 €
28	Extraña forma de vida	2023	$7.061	6.530 €
29	La mesita del comedor	2024	$5.311	4.907 €
30	Ni de coña	2024	$4.885	4.513 €
31	Olivia y el terremoto invisible	2026	$4.624	3.978 €
32	América Hispana: el legado de las olas	2026	$4.556	3.920 €
33	Descalzos	2025	$2.647	2.342 €
34	Mamántula	2024	$604	558 €
	TOTAL	**2023-2026**	**$1.845.162**	**1.697.348 €**

Fuente: Box Office Mojo. Las cifras son aproximadas y pueden presentar ligeras variaciones.
Datos actualizados a 15 de agosto de 2026



Éxito en Europa y Estados Unidos, *Sirât* no triunfó mucho en LATAM



TAQUILLA PELÍCULAS ESPAÑOLAS ESTRENADAS EN MÉXICO
2023-2026

#	PELÍCULA	AÑO	RECAUDACIÓN (USD)	RECAUDACIÓN (EUR)
1	Robot Dreams	2024	$2.230.494	2.060.693 €
2	Momias	2023	$1.826.543	1.689.210 €
3	La niña de la comunión	2023	$963.438	891.000 €
4	13 exorcismos	2023	$704.805	651.813 €
5	Todos los nombres de Dios	2024	$277.521	256.394 €
6	Dragonkeeper: guardiana de dragones	2024	$238.581	220.419 €
7	La habitación de al lado	2024	$154.314	142.567 €
8	Los domingos	2026	$137.533	118.328 €
	TOTAL		**$6.533.229**	**6.030.424 €**

Fuente: Box Office Mojo. Las cifras son aproximadas y pueden presentar ligeras variaciones.
Datos actualizados a 15 de agosto de 2026



Isla perdida superó los 50 mil euros en Colombia

Una vez más, *Momias* (738.000 euros) lidera con autoridad la clasificación, seguida prácticamente por las mismas películas que aparecen en los otros dos mercados: *La habitación de al lado* (148.000 euros), *13 exorcismos* (128.000) y *Robot Dreams* (72.000).

El análisis de los tres mercados cinematográficos más importantes de Latinoamérica confirma que el tópico encierra una verdad: la conexión lingüística y cultural no garantiza mucho y las películas españolas tienen grandes dificultades para hacerse un hueco en sus pantallas.

A pesar del impulso del Festival de San Sebastián —con una fuerte presencia latinoamericana en su sección oficial, Horizontes Latinos y el Foro de Coproducción Europa-América Latina— y de las numerosas muestras de cine español celebradas al otro lado del Atlántico, todavía queda mucho camino por recorrer para obtener unos resultados acordes con la calidad y diversidad de la cinematografía española contemporánea. BO

© courtesy of Tripictures (1), Warner (2), BTeam (3)



ARGENTINA: UNA RECUPERACIÓN ESTANCADA

ARGENTINA TIENE UNA POBLACIÓN DE 47 MILLONES DE HABITANTES Y UNA DE LAS INDUSTRIAS CINEMATOGRÁFICAS MÁS DESARROLLADAS DE AMÉRICA LATINA. CON UNA RECUPERACIÓN DIFÍCIL TRAS LA PANDEMIA, JULIO Y AGOSTO HAN MEJORADO LOS NÚMEROS DE UN 2026 HASTA ENTONCES FLOJO. LA PRODUCCIÓN, ADEMÁS, CAYÓ UN 81% ENTRE 2023 Y 2025 COMO CONSECUENCIA DE LOS DRÁSTICOS RECORTES IMPULSADOS POR EL GOBIERNO DE JAVIER MILEI

por **Pelayo Sánchez**

Ha habido "milagro de verano" en los cines argentinos en un 2026 que, al contrario que otros mercados, no estaba siendo especialmente benigno. Hasta finales de junio se habían contabilizado 15 millones de entradas vendidas con descensos respecto a años anteriores en los primeros meses del año. Cuando los números pintaban mal, en julio se vendieron 5,2 millones de tickets gracias al enorme éxito de *Toy Story 5*. Y en agosto, la explosión con 4,8 millones de espectadores, a solo 74 mil del récord histórico de 2015 marcando un incremento del 33% respecto al año anterior. Spider-Man fue la responsable del 50% de esa recaudación. Con una población similar a la de España, en nuestro



Homo Argentum arrasó en 2025 con 1,8 millones de espectadores

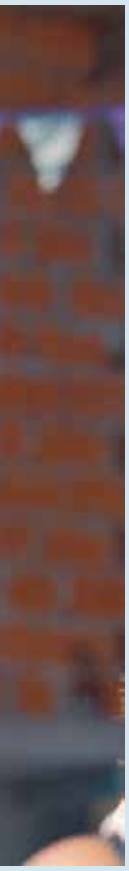
MERCADO ARGENTINA VS ESPAÑA

	POBLACIÓN	ESPECTADORES 2025	ESPECTADORES 2019	PRECIO MEDIO TICKET 2025 €	CUOTA CINE LOCAL 2025	ESPECTADORES 2026	Nº CINES	Nº PANTALLAS
Argentina	46 millones	33.597.754	48.798.244	5	19%	24988262,00	331	978
España	49,7 millones	66.681.543	104.889.299	7	9%	57483481,00	760	3.562

Fuente: Ultracine, ICAA. Actualizado a 1 de septiembre

país ese mismo agosto de récords gracias al hombre araña y *La Odisea* se vendieron 10 millones de entradas mientras el acumulado anual español es de casi 57,5 millones de espectadores y el de Argentina, 25 millones. Es muy posible que la taquilla del país suramericano cierre el año por encima del pasado, pero sería raro que el avance fuera muy significativo.

Y es que la recuperación del mercado argentino tras la pandemia está presentando numerosas dificultades. Durante buena parte de la década de 2010, Argentina se movió habitualmente entre los 40 y los 50 millones de entradas anuales, alcanzando incluso máximos superiores a los 50 millones de espectadores. Sin embargo, según los datos del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), el mercado argentino cerró 2025 con 33.597.754 espectadores, una cifra inferior a los 36.385.649 registrados en 2024 y claramente por debajo de los 42.036.202 alcanzados en 2023, el año de la gran recuperación pospandemia.



En 2021, todavía bajo los efectos de las restricciones sanitarias, los cines argentinos apenas vendieron 14.364.310 entradas, mientras que en 2022 la cifra ascendió a 34.535.561 espectadores. Sin embargo, tras el rebote registrado en 2023, la evolución parece haberse ralentizado. Entre 2023 y 2025 el mercado ha perdido alrededor de 8,4 millones de espectadores, lo que supone una caída cercana al 19%. Y 2026, como se ha dicho, empezó regular y solo se ha salvado en esos julio y agosto con buenas cifras en todos los cines del mundo.

El indicador de entradas por habitante ayuda a contextualizar esta evolución. En 2023, con 42 millones de espectadores y una población cercana a los 46 millones de habitantes, la ratio alcanzó prácticamente una entrada por habitante. Ya en 2024, con una población superior a los 47 millones, el número de entradas descendió hasta los 36 millones, situando ese indicador en torno a las 0,77 entradas por habitante. Es decir, ocho millones de espectadores menos en apenas un año.



Toy Story 5 es la película más exitosa de 2026 rozando los 4 millones de espectadores

MÁS PELÍCULAS, PERO MENOS ESPECTADORES

Uno de los datos más llamativos del mercado argentino es que esta reducción de espectadores registrada desde 2023 no ha venido acompañada, como podría esperarse, de una reducción de la oferta. Todo lo contrario. En 2021 se estrenaron 420 películas en las salas argentinas; en 2022 fueron 602; en 2023 se alcanzaron las 664; en 2024, las 687; y en 2025 llegaron hasta 709 estrenos, la cifra más alta de toda la serie analizada. Durante los primeros seis meses de 2026 ya se habían estrenado 338 títulos. En conjunto, los datos muestran que entre 2021 y 2025, en paralelo a la recuperación pospandemia, el número de estrenos creció cerca de un 69%. La asistencia, sin embargo, continúa claramente por debajo de los niveles históricos.

Por otra parte, la geografía argentina presenta un elevado grado de concentración en lo que respecta a la exhibición cinematográfica. Los datos provinciales del INCAA muestran que la provincia de Buenos Aires y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires concentran de forma sistemática la mayor parte de las entradas vendidas del país. En 2025, la provincia bonaerense superó los 14 millones de espectadores, mientras que la capital aportó otros 7,1 millones, situándose muy por delante de cualquier otra jurisdicción. Por detrás aparecen mercados relevantes como Córdoba (2.986.920 entradas), Santa Fe (2.360.608) y Mendoza (1.362.973), aunque a gran distancia del núcleo porteño.

La misma pauta se observa tanto en 2024 como en los datos provisionales de 2026. El consumo cinematográfico argentino se concentra en el corredor urbano central del país, donde también se ubica la mayor parte de la infraestructura de exhibición, con mayor presencia de complejos multipantalla y centros comerciales. La diferencia respecto a las provincias de menor tamaño es muy acusada y pocas de ellas superan las 300.000 entradas anuales. ❯

TOP 10 PELÍCULAS ARGENTINA 2026 (YTD)

TÍTULO	FECHA DE ESTRENO	ESPECTADORES
Toy Story 5	17/06/26	3.955.480
Spider-Man: Brand New Day	29/07/26	3.097.052
La Odisea	16/07/26	1.541.422
El diablo viste de Prada	23/04/26	1.531.753
Super Mario Galaxy: La película	26/03/26	1.219.017
Minions&Monsters	01/07/26	1.161.329
Michael	23/04/26	1.012.339
Scary Movie	03/06/26	850.008
Hoppers	26/02/26	641.971
Backrooms	21/05/26	526.037

Fuente: INCAA. Actualizado 1 de septiembre

HOLLYWOOD CONTINÚA LLEVANDO LA BATUTA

Los rankings de distribuidores publicados por el INCAA confirman otra característica fundamental del mercado argentino: el enorme peso de los estudios internacionales. Como ocurre en la mayoría de los grandes mercados occidentales, Disney, Warner Bros., Universal, Paramount y Sony concentran la mayor parte de la asistencia anual gracias a sus franquicias globales, películas familiares y grandes producciones de acción.

Los grandes éxitos de taquilla de 2025 fueron *Lilo & Stitch* (3,8 millones de espectadores y una recaudación cercana a los 18,7 millones de euros), *Una película de Minecraft* (2,1 millones de entradas y unos 11,3 millones de euros) y la comedia local *Homo Argentum* (1,8 millones y alrededor de 9,3 millones de euros).

En 2026 hasta finales de agosto destacan hasta el momento, además de *Spider-Man*, 3 millones de espectadores, y *La Odisea*, que a finales de agosto ya iba por las 1,5 millones de entradas vendidas, *El diablo viste de Prada* (1,5 millones de espectadores), *Super Mario Galaxy* (1,2 millones), *Michael* (un millón) y *Toy Story* 5, rozando los cuatro millones y coronando la lista.

Secuelas, remakes y franquicias norteamericanas vuelven a dominar el ranking, en el que en 2025 tan solo logró colarse —aunque en una admirable tercera posición— la argentina *Homo Argentum*, de Mariano Cohn y Gastón Duprat. Protagonizada por Guillermo Francella, la película explora desde el humor negro las particularidades de la sociedad argentina.

No deja de resultar significativo en un país con una de las cinematografías más prestigiosas de América Latina, responsable de éxitos internacionales y comerciales como *El secreto de sus ojos* (2009, 2,5 millones de espectadores y ganadora del Oscar), *Relatos salvajes* (2014, más de 3,9 millones de espectadores) o *El clan* (2015, 2,6 millones). El éxito de *Homo Argentum* permitió que la cuota de mercado del cine nacional pasara del exiguo 2% registrado en 2024 al 9% en 2025.

Porque la industria del cine de Argentina atraviesa un momento especialmente delicado. La "motosierra" del presidente Javier Milei ha supuesto el despido de unos 600 trabajadores del INCAA y un fuerte recorte de su actividad. Durante el pasado Festival de San Sebastián, donde se presentaron 26 películas argentinas, buena parte del sector protestó alertando de que la producción nacional podría quedar prácticamente paralizada. Los datos muestran que el Gobierno ha reducido alrededor de un 50% los recursos del organismo y que la producción cinematográfica cayó un 81% entre 2023 y 2025. De las acusaciones de despilfarro y clientelismo dirigidas al sistema anterior, Argentina ha pasado a un escenario de recortes sin precedentes.

Finalmente, la evolución del precio de las entradas refleja también la singularidad de la economía argentina. Aunque en términos reales el precio medio ha pasado aproximadamente de 3,7 euros en 2019 a unos 5 euros en la actualidad, para las familias argentinas el esfuerzo económico es hoy mucho mayor debido a la pérdida de poder adquisitivo. En moneda local, la entrada media ha pasado de 201 pesos a cerca de 8.500 en apenas seis años. BO



Super Mario Galaxy ha convocado a 1,2 millones de espectadores

© A Contracorriente (1), Universal (1), Disney (1), shutterstock(1)

BEST MOVIE

La revista de cine líder en España



ESTRENOS
Todos los estrenos de cine

ENTREVISTAS
Tus actores y directores favoritos

BACKSTAGE
Así se hacen las mejores películas

CRÍTICA
Opinión, análisis y las mejores recomendaciones

www.bestmovie.es

instagram.com/bestmovieespana

Ryan Reynolds y Hugh Jackman, co-propietarios del equipo BONDS Flying Roos SailGP, en Valencia con ocasión del Gran Premio de España de SailGP 2026



© Getty Images

RENTRAK

Cinequest

Transforma tu estrategia de taquilla con insights reales de la audiencia.



Datos basados en la audiencia

Conecta las opiniones del público con el rendimiento en taquilla.

Insights sociodemográficos

Comprende quién ve tus películas y por qué.

Decisiones estratégicas

Refina las campañas de marketing y optimiza futuros estrenos.

Impulsa tus campañas con datos inteligentes.
comscore.com/esl/cinequest

RENTRAK



UNA CIUDAD PARA CONTAR GRANDES HISTORIAS

Madrid Film Office

- Principal centro de producción en España
- 30% incentivos fiscales y ayudas públicas
- Increíbles localizaciones con versatilidad para recrear otras ciudades
- Proveedores y empresas de servicios
- Asistencia desde la preproducción y apoyo institucional

MADRID

madridfilmoffice.com